ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ МИНИСТЕРСТВА ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

На правах рукописи

Мельников Сергей Сергеевич

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЮМОР КАК ФОРМА РЕФЛЕКСИИ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ КАРИКАТУР XX–XXI ВВ.)

Специальность 22.00.05 – Политическая социология

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Научный руководитель –
доктор культурологии,
доцент К.А. Тарасов

Москва - 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение

Актуальность темы исследования. Текущий этап развития коммуникационных технологий и все возрастающая портативность их персональных носителей приводит к тому, что жизнь современного человека проходит в условиях практически перманентной его погруженности в крайне дифференцированные потоки информации и образов. Среди прочего они обеспечиваются возрастающим арсеналом выразительных средств, используемых коммуникаторами масс-медиа на основе конвергенции различных технологий создания и распространения информации и образов. Игровой коммуникации современного общества, как массовой, так и групповой, это придает новые смыслы. Социокультурная динамика этого процесса пока значительно опережает теоретико-методологические и эмпирические возможности ее социологического изучения.

В этой связи особый дефицит научного знания проявляется в исследовании политической карикатуры. В сегодняшнем мире интенсифицирующихся цивилизационных конфликтов создаваемые актуальной политической карикатурой смыслы могут оказывать мобилизационное воздействие на широкий круг людей и даже быть фактором производства «эффекта бабочки»[1], потенциально способного подрывать общественную стабильность (публикация карикатур на пророка Мухаммеда в датской газете «Юлландс Постен», приведшая к массовым протестам мусульман и разгрому датских посольств в ряде исламских стран[2], расстрел исламистами 12 человек в редакции сатирического журнала «Шарли Эбдо» и последующий общественный резонанс[3]).

Возможность эмоционального, когнитивного и поведенческого воздействия карикатуры зиждется на том, что в ней закодированы определенные коллективные представления о функционировании общества. Декодирование этих смыслов влияет на самопредставления индивидов, характер интерпретации ими «нормальной» функциональности политических институтов, осознание роли их граждан-

[1] Urry J. The complexities of global // Theory, Culture & Society. 2005. № 22 (5). P. 237.
[2] Белов Е., Шкуренко О. 10 ссор неверных с исламом // Огонёк. 2010. № 19. С. 25.
[3] За час до атаки журнал «Charlie Hebdo» разместил карикатуру на лидера ИГ [Электронный ресурс]. РИА Новости. 2015. Режим доступа: http://ria.ru/world/20150107/1041701896.html#ixzz3nRgX8nEq (дата обращения: 02.10.2016).

ской активности в принятии политических решений. Благодаря перманентному производству и обновлению смыслов современный индивид-пользователь масс-медиа ежедневно погружается в электронно-сетевое изобилие игровых визуальных образов, политико-карикатурных и провокационных в том числе. Уйти из этого мира множащихся политических смыслов иронии, сарказма, гротеска практически невозможно, что ведет к ценностно-нормативной дисперсии, используемой некоторыми политическими силами для того, чтобы «вытеснить, «разбавить» реальный образ трансформирующейся России образом виртуальным»[4].

Общественная значимость политической карикатуры заключается и в ее рефлексивном потенциале. Рецепция юмористической неадекватности политических референтов реальным, широко известным условиям общественной жизни способствует формированию у читателя установки на критичное восприятие собственной социальной деятельности, оценки ее адекватности различным социальным обстоятельствам. Иными словами, рефлексивность политической карикатуры способствует рефлексивному «самомониторингу» реципиента. В таких отраслях научного знания как социология культуры, социология массовых коммуникаций, социология искусства накоплен значительный опыт изучения индивидуального освоения социальной действительности посредством восприятия ее репрезентаций в масс-медиа. Однако, весьма своевременным, и пока сравнительно редко осуществляемым представляется применение этого научного знания к современной ситуации обильного потребления индивидом-пользователем всевозможной изобразительной информации в интернете, политической карикатуры в том числе.

Степень разработанности проблемы. В мировой и отечественной практике исследований по проблеме диссертационного изыскания сложились два уровня научного поиска. Первый образуют теоретико-методологические работы, на основе которых автор синтезирует представления о том месте, которое занимают производство и потребление юмора в социальной жизни общества. В данном синтезе

[4] Горшков М.К. Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики). В 2 т. Т. 1. М.: Новый хронограф, 2016. С. 12.

основное внимание уделяется социальному генезису комического вообще и политического юмора в частности.

Концептуализация юмора в системе социальных отношений и как особой формы рефлексии социума, и как его идеологического проявления осуществлялась с опорой на труды таких классиков социологии и социальной философии как Э. Дюркгейм, К. Маннхейм, К. Маркс и Ф. Энгельс[5], представителей современной социологии Дж. Александера, З. Баумана, У. Бека, И. Гофмана, Р. Мертона, А. Шютца[6], социологов искусства З. Кракауэра и Э. Тюдора[7], а также в полемике с постструктуралистами Р. Бартом, Ж. Бодрийяром и У. Эко[8]. Понятие политических отношений, как и совокупность их отражений в политическом юморе, были определены на основе концепций политических институтов и процессов М. Вебера, Т. Парсонса, П. Бурдье[9], а также современных исследователей Г.А. Алмонда, Ж.Т. Тощенко, А.С. Панарина, В.В. Разуваева[10].

Обоснованным представляется предположить, что на данный момент не было предложено последовательного и адекватного социологического подхода к феномену юмора (понимаемого в родовом смысле как синоним комического, что со-

---

[5] Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни. Тотемическая система в Австралии. Введение и первая глава. М.: Канон+, 1998; Маннхейм К. Диагноз нашего времени. М.: Юрист, 1994; Маркс, К. К критике политической экономии // К. Маркс, Ф.Энгельс Сочинения (2-е изд.) Т. 13. М.: Политиздат, 1959; Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология // Собр. соч., изд. 2, т. 3. М.: Политиздат, 1955.

[66] Александер Д., Смит Ф. Сильная программа в культурсоциологии // Социологическое обозрение, 2010. Т. 9, № 2; Alexander J.C. The Meanings of Social Life. A Cultural Sociology. Oxford: Oxford University Press, 2003; Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии РАН, 2003; Мертон Р. К. Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль. М.: МУбиУ, 1996.; Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003; Шюц А. О множественных реальностях // Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004; Шюц А. Хорошо информированный гражданин // Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004.

[7] Социология и кинематограф / под общ. ред. М. И. Жабского. М.: «Канон+», РООИ «Реабилитация», 2012; Tudor A. Theories of Film and Image and Influence: Studies in the Sociology of Film / A.Tudor. – Allen &Unwin, 1974..

[8] Барт Р. Смерть автора // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994; Бодрийар Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. Екатеринбург: Уральский университет, 2000; Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000; Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1998.

[9]; Вебер М. Политика как призвание и профессия // Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990; Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1998; Бурдье П. Политическое представление: элементы теории политического поля // Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993.

[10] Алмонд Г. Гражданская культура, политические установки и демократии пяти наций // Антология мировой политической мысли в 5-ти томах. Т. 2: Зарубежная политическая мысль XX в. Нац. общественно-научный фонд. М., 1997; Панарин А.С. Философия политики :учеб.пособие для политолог. факультетов и гуманитарных вузов. М.: Новая школа, 1996; Разуваев В. В. Политический смех в современной России. М.: ГУ-ВШЭ, 2003; Тощенко Ж.Т. Парадоксальный человек. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009; Тощенко Ж.Т. Фантомы российского общества. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015.

ответствует взглядам таких исследователей как М. Минский[11] и А.В. Дмитриев[12]) и к основным его жанрам. Иными словами, подход, в фокусе которого не столько эстетика юмористического, сколько этика – отображение социальных отношений разных масштабов и типов.

Подобный дефицит в значительной степени обусловлен тем, что юмор – весьма неоднозначный объект научного изучения: словно бы по самой своей «несерьезной» природе он не совместим с «серьезным» научным анализом. Например, несмотря на разнообразие отраслей социологии, посвященных функционированию популярной культуры, в ней пока не сформировался дискурс комического. Первая причина состоит в том, что для нахождения оснований юмора и их систематизации (это, пожалуй, относится к любым культурным явлениям, квантификация которых чрезвычайно сложна и неоднозначна) необходим «не один том», как выражался еще римский ритор Квинтилиан, на которого ссылаются, вполне с ним солидаризируясь, современные исследователи А.В. Дмитриев и А.А. Сычев[13]. Вторая причина обусловлена временным фактором: в орбите социологического рассмотрения юмор оказался только после 1970х годов – по мнению Ж. Кейперс, представительницы голландской социологической школы, это связано с тем, что ее коллег в большей степени интересуют структурные трансформации общества, нежели повседневность, к которой юмор относится и как институт, и как комплекс образов общественной рутины[14].

Ж. Кейперс же провела, на наш взгляд, наиболее удачную систематизацию собственно социологических исследований юмора[15]. Исследователь объединила близкие между собой воззрения социологов в отдельные подходы: *функционалистский*, в котором юмор рассматривается через призму функций, им осуществляемых, в обществе или в данной группе реципиентов (снятия напряжения, соци-

[11] Минский М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного // Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск XXXIII. М.: Прогресс, 1988. С. 281–309.
[12] Дмитриев А. В. Социология юмора: очерки. М.: Российская академия наук. Отделение философии, социологии, психологии и права, 1996. 214 с.
[13] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005.
[14] Kuipers, G. Sociology of humour // The primer of humour research (V. Raskin Ed.). Berlin / New York, 2008. P. 366–423.
[15] Там же.

ального контроля или сплочения, например[16]); *конфликтный* подход, в котором юмор рассматривается как выражение конфликта, борьбы или даже антагонизма[17] между лицами, группами, социумами; *интеракционистский*, для которого характерен анализ роли юмора в конструировании значений посредством социальных взаимодействий, – например, выразительная иносказательность чего-то несерьезного[18]; *феноменологический* подход, отводящий юмору роль специфического мировоззрения или способа конструирования социального мира[19]; наконец, *сравнительно-исторический* подход, соответствующим образом конкретизирующий социальное функционирование юмора[20].

В России интерес собственно социологов к юмору как к предметному полю проявлялся скорее спорадически: он преимущественно отмечен работами А.В. Дмитриева. Так, в работе «Социология юмора. Очерки» (1996) ставятся вопросы об «общественной значимости юмора и смеха, их функциональности»[21]. В ней же были поставлены острые вопросы о природе политической карикатуры в СССР и в России, юморе как политической коммуникации, социализирующей функции детского политического анекдота.

В 1998 году в работе «Социология политического юмора»[22] Дмитриев применил различные подходы к исследуемому явлению, выделив и подробно описав генезис, объект и предмет, формы и приемы, ряд функций. Работа «Смех. Социофилософский анализ», написанная в 2005 году в соавторстве с А.А. Сычевым[23], представляет собой, пожалуй, самое многоплановое исследование феномена комического, однако главы о политическом юморе и политической карикатуре не содержат существенной новизны применительно к предыдущим работам ученого. Тем не менее, в книге предложен подход к комическому, достаточно близкий раз-

---

[16] Kuipers, G. Sociology of humour // The primer of humour research (V. Raskin Ed.). Berlin / New York, 2008. P. 368.
[17] Там же. P. 372.
[18] Там же. P. 377-378.
[19] Там же. P. 380.
[20] Там же. P. 382.
[21] Дмитриев А. В. Социология юмора: очерки М.: Российская академия наук. Отделение философии, социологии, психологии и права, 1996. С. 3.
[22] Дмитриев А. В. Социология политического юмора: очерки. М.: РОССПЭН, 1998.
[23] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005.

рабатываемому в данной работе – как к «специфическому виду духовной деятельности человека и общества по постижению явлений окружающего мира»[24].

Важным для формирующегося российского дискурса о комическом в политике стала книга политолога В.В. Разуваева «Политический смех в современной России»[25], в которой автор рассматривает совокупность проявлений комического в новейшей истории России как часть «смеховой стихии»[26], а собственно политический юмор как элемент политической культуры. Существенная часть работ современного историка анекдота М. Мельниченко[27] посвящена осмыслению политического юмора, в том числе причинам политизации сферы комического в СССР и России. Раскрываются и методологические проблемы фиксации юмористических проявлений.

Работы об общественной выразительности юмора М.М. Бахтина, Д.С. Лихачева, Ю.М. Лотмана[28] стали важным подспорьем для понимания культурно-исторической специфики российского политического юмора и политических карикатур. Из современных российских исследователей комического, сыгравших важную роль для диссертационного исследования, отметим Л.В. Карасева, в работе «Философия смеха»[29] предложившего рассматривать смех как целое, как микромир, и описавшего различие двух типов смеха. Пионерские подходы к исследованию комического, хотя и не связанные с вопросом отображения в юморе социальных отношений, но полезные для осуществления задач текущей работы, представлены в работах антрополога А.Г. Козинцева, философа М.Т. Рюминой[30]. Разнообразные значимые наработки по тематике предложены в ряде кандидатских

---

[24] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 243.
[25] Разуваев В. В. Политический смех в современной России. М.: ГУ-ВШЭ, 2003.
[26] Разуваев В. В. Политический смех в современной России. М.: ГУ-ВШЭ, 2003. С. 5.
[27] Архипова А.С., Мельниченко М. А. Анекдоты о Сталине: тексты, комментарии, исследования. М.: ОГИ, 2011; Мельниченко М. Советский анекдот (Указатель сюжетов) – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 104 с.
[28] Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Художественная литература, 1990; Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979; Лихачев Д.С. Смех в Древней Руси. Л.: Наука, 1984; Лихачев Д.С. Смех в Древней Руси // Избранные работы в трех томах. Т. 2. Л.: Худ.лит. Ленингр. отд-ние, 1987. С. 343–417; Лотман Ю.М. Художественная природа русских народных картинок // Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб.: Академический проект, 2002. С. 322–339.
[29] Карасев Л.В. Философия смеха. М.: Российский государственный гуманитарный университет, 1996. 222 с.
[30] Козинцев А.Г. Человек и смех. СПб.: Алетейя, 2007. Рюмина М.Т. Эстетика смеха: смех как виртуальная реальность. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010.

диссертаций по различным гуманитарным дисциплинам, непосредственно посвященным политическому юмору и карикатуре[31].

На Западе исследования политического юмора институционализировались во второй половине XX века, в особенности в Великобритании и США[32]. Получают они развитие и сегодня: в смежных с социологией дисциплинах представлены оригинальные подходы к этому феномену. Так, в монографии Э. Дэгнес «Политика политического юмора»[33] юмор в масс-медиа рассматривается как важная политическая технология. В ряде социологических пособий, посвященных научному осмыслению юмора, политический юмор упоминается наряду с другими видами юмора, но его генезис и исторические метаморфозы подробным образом не исследуются[34]. Определенной высотой, но и исключением, стала публикация в 2011 году сборника «Исследования в сфере политического юмора»[35] под редакцией Вилли Цакона (Греция) и Дианы Елены Попы (Румыния). Сборник включает в себя междисциплинарные исследования ученых разных стран, как теоретические, так и кейс-стади.

Об обобщающем труде Ж. Кейперс, посвященном систематизации различных направлений в социологии юмора, мы писали выше, однако основной корпус исследователей юмора проводил иное, в чем-то более упрощенное, обобщение предшествующих междисциплинарных разработок. Отправной точкой в социологическом изучении юмора оказывается его эмоциональная значимость, как для коммуникаторов, так и для реципиентов. Ученые эксплицируют социопсихический генезис комического из индивидуального и микрогруппового опыта. Историческую грань компенсаторного эффекта юмористических произведений наибо-

---

[31] Айнутдинов А.С. Карикатура как тип изображения комической интенции в современных российских печатных СМИ: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук. Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. Екатеринбург, 2010. Иванюшкин, А.А. Политический юмор как фактор взаимодействия общества и власти: дис. на соиск. кан. полит. наук. Москва, 2006. Чаплыгина Ю.С. Юмористические креолизованные тексты: структура, семантика, прагматика: (на материале англ. яз.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. [Самар. гос. пед. ун-т]. Самара, 2002.

[32] Benton, G. The Origins of the Political Joke // Humour in Society: Resistance and Control. Eds. Chris Powell and George Paton. London: MacMillan, 1988; Scott, J.C. Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance. Yale University Press, 1985 и др.

[33] Dagnes, A. A conservative walks into a bar: the politics of political humor. Palgrave Macmillian, USA, 2012.

[34] Billig, M. Laughter and ridicule: towards a social critique of humour. SAGE Publications Ltd., UK, 2005. Koller, M.R. Humor and Society: Explorations in the Sociology of Humor. Cap and Gown Press Inc., Houston, 1988. Morreall, J. Comic Relief: a Comprehensive Philosophy of Humor. Singapore, Wiley-Blackwell, 2009 и др.

[35] Tsakona, V. Popa, D.E. Humour in the politics and the politics of Humour: An introduction. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2011.

лее значимо рассмотрели социологи А.В. Дмитриев и А.А. Сычев[36], М. Дэвис[37] и М. Малкэй[38], философ Дж. Морриал[39], антрополог А.Г. Козинцев[40], психологи М. Биллиг[41] и М. Род[42] и другие. Хотя этих подходов явно недостаточно для понимания социальных оснований юмора, а также того, на какие общественные элементы подобный юмор направлен, без обращения к ним определение специфики конкретных разновидностей комического, в частности политического юмора и карикатур, будет ощутимо неполным.

Из оригинальных социологических работ, в которых юмор рассматривается как общественный продукт, в форме и содержании которого определенное отображение находят условия его производства и потребления, следует отметить труд известного американского социолога Питера Бергера. Книга «Искупающий смех»[43] написана в русле феноменологического подхода, в котором автор сопоставляет смех, описывая его как относительно автономный от обыденной социальной реальности участок значений, с религиозным ритуалом. Нидерландский социолог Энтон Зейдервельд в книге «Зеркальная реальность: анализируя рациональность через традиционную глупость»[44] выявляет социальные предпосылки шутовского юродства в традиционном обществе, рассматривает «традиционную глупость» как антипод рациональности, как мировоззрение противоположное ей, оформляя социальное пространство и для феномена юмора. Американский социолог Мюррей Дэвис в работе «Что тут смешного? Комическая концепция культуры и общества», написанной в феноменологическом ключе, развивает тезис о комическом как «оборотной стороне культуры и общества»[45]. Иными словами, юмор у Дэвиса – определенный модус отношения к действительности, который ее про-

---

[36] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М., Альфа-М, 2005.
[37] Davis, M. What’s So Funny? The Comic Conception of Culture and Society. Chicago: University of Chicago Press, 1993.
[38] Mulkay, M. On Humor: Its Nature and Its Place in Modern Society. Cambridge, UK: Oxford, UK; New York, NY, USA: Polity Press; B. Blackwell, 1988.
[39] Morreall, J. Comic Relief: A Comprehensive Philosophy of Humor. Singapore: Wiley-Blackwell, 2009.
[40] Козинцев А.Г. Человек и смех. СПб.: Алетейя, 2007.
[41] Billig, M. Laughter and Ridicule: Towards a Social Critique of Humour. SAGE Publications Ltd., UK, 2005.
[42] Род М. Психология юмора. СПб: Питер, 2009.
[43] Berger, P.L. Redeeming Laughter. Berlin/New York: Walter de Gruyter, 1997.
[44] Zijderveld, A. Reality in a Looking-Glass: Rationality Through an Analysis of Traditional Folly. London and Boston: Routledge&Kegan Paul, 1982.
[45] Davis, M. What’s So Funny? The Comic Conception of Culture and Society. University of Chicago Press, 1993. P. 1.

блематизирует, деконструирует, однако вследствие своей мимолетности, не разрушает ее основ. Разумеется, при обращении к тематике юмора, невозможно обойти ставшие классическими концепции комического А. Бергсона, И. Канта, З. Фрейда[46].

При вычленении политических карикатур из обширного корпуса исследований комического, автор обращался к историческим трудам по изобразительному юмору и искусствоведческим работам, посвященным жанровым особенностям рассматриваемых образов (А.Г. Голиков, И.С. Рыбаченок[47], А.В. Швыров, С.С. Трубачев[48] – Россия, А.В. Голубев – ранний СССР[49], Дж. Партон[50] - Запад и др.). Значимыми оказались и работы о жанре карикатуры в целом, представляющие ее как микромир, моделирующий общество[51]. Важное конкретное знание содержится в научно-популярном осмыслении карикатуры в рамках разных исторических периодов[52]. Полезным для развития данной работы оказались размышления самих карикатуристов о современном этапе функционирования карикатурного жанра в России[53].

При дизайне эмпирической части исследования исключительно полезным было ознакомление с единственной социологической монографией на тему политических карикатур – Гэйл Дайнз-Леви «К исследованию в области социологии

---

[46] Бергсон А. Смех. М.: Искусство, 1992; Кант И. Собрание сочинений: В 6 т. Т. 5. М.: Мысль, 1966; Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному. СПб.: Азбука-классика, 2007.

[47] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010.

[48] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903.

[49] Голубев А.В. «Ансамбль международной свистопляски»: Европа в советской политической карикатуре 20-30-х годов // Проблемы российской истории. Магнитогорск, 2003. Вып. 2;. Голубев А.В. Образ Европы в советской карикатуре 20-30-х годов // Труды Института российской истории. М., 2005. Вып. 5.

[50] Parton J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877.

[51] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000.

[52] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос. ин-т культурологии. М. 2002; Исаков С. 1905 год в сатире и карикатуре. Л.: Прибой, 1928; Кузьминский К.С. Отечественная война в живописи. Карикатура // Отечественная война и русское общество 1812-1912. Юбилейное издание. В 7 т. Т. 5. М.: Типография Сытина И. Д., 1911–1912.

[53] Ёлкин С. Надеюсь, снова придет мода на ручную работу [Электрон. ресурс]. Полит.ру. 2013. Режим доступа: http://www.polit.ru/article/2013/05/31/elkin/ (дата обращения: 18.01.2016); Иваночкина А. Художник Михаил Златковский – о хлебе политического карикатуриста [Электрон. ресурс]. Радио Свобода. 2012. Режим доступа: http://www.svoboda.org/content/article/24641610.html (дата обращения: 18.01.2016). Казаневский В.А. Искусство современной карикатуры. Киев: Альтерпрес, 2004. 152 с.

карикатур»[54] (особым объектом изучения в нем были карикатуры сексуального и гендерного характера из журнала «Плейбой»). Характерно то, что даже и в этой работе практически не ставится проблема рефлексивности политического юмора и политической карикатуры. Очевиден дефицит социологического изучения вопроса, особенно применительно к сложному социуму, органично включающему в себя виртуальную реальность.

Хронологические рамки диссертационного исследования охватывают время от начала перелома российской жизни революцией 1905 г. до текущего десятилетия нового века. Этот исторический масштаб необходим для экспликации, по большей части неочевидных, структурных изменений в российской политической карикатуре по критерию содержания и характера трансляции различных политических смыслов. В выборе исследуемого интервала свою роль сыграли запоздание институционализации политической карикатуры второй половины XIX века, бóльшая доступность соответствующей графики как генеральной совокупности, а также наличие корпуса аналитических текстов именно XX века с должным уровнем эстетического и публицистического осмысления карикатур.

С представленными временны́ми параметрами корреспондируют и культурно-национальные: политические карикатуры западных изданий используются для сравнительной интерпретации в разработке теоретико-методологической основы исследования, в том числе ее исторической составляющей. Эмпирическая же верификация соответствующих положений осуществлена на материале российской карикатуры. Во многом в силу традиции государственной цензуры, в России сформировалось довольно сложное соотношение явного и латентного (иносказательного, эвфемистичного, эзопова) содержания критических изображений.

Объект исследования – карикатуры, публикуемые в российских печатных масс-медиа, посвященные общественно-политической тематике.

Предмет исследования – содержательные и формально-эстетические структуры репрезентации политических институтов и практик в карикатурах, их

[54] Dines-Levy, G. Towards a Sociological Investigation with Special Reference to «Playboy» Sex Cartoons. Dissertation Abstracts International, 1992.

функционирование в качестве проводника читательской рефлексии относительно смыслов отображаемых объектов.

Цель исследования – на материале печатных масс-медиа, функционирующих в интернете в том числе, показать, что политический юмор может быть концептуализирован как форма политической рефлексии, опосредованно репрезентирующей латентные социальные конфликты, отраженные в визуальных образах карикатуры.

Достижение этой цели обеспечивается решением ряда **конкретно-исследовательских задач**:

- сформировать понимание изобразительного политического юмора как особой формы общественной рефлексии социальных акторов, выделить ее сущностные черты;
- выявить масштаб и распространенность рефлексивности политического юмора как значимого слагаемого юмористического инсценирования, представленного в разных направлениях и жанрах;
- определить содержательную и культурно-эстетическую специфику изобразительного юмора, функциональной и институциональной частью которого является политическая карикатура;
- исследовать художественный и содержательный генезис российской политической карикатуры для идентификации оснований современных тенденций в отображении ею социальной действительности;
- посредством сравнительного исторического анализа показать гибридный характер современной карикатуры: преемственность советских традиций изобразительной рефлексии, с одной стороны, и ограниченность функционирования карикатуры как современного социального института, с другой;
- адаптировать методику контент-анализа к изучению неявных общественно-политических реалий в популярном изобразительном искусстве;

- на эмпирическом материале карикатур эксплицировать наиболее общую репрезентацию коллективной идентичности россиян и выявить то, как карикатуристы изображают скрытые противоречия в их массовом сознании.

Методология и методы исследования. Полипарадигмальный характер социологического знания[55] предполагает ориентацию конкретного исследования на понимание общества как реальности «отличной и даже независимой от реальности составляющих его индивидов»[56]. На наш взгляд, юмор в целом и его социоструктурные разновидности (политический, этнический, гендерный, медицинский и другие) можно концептуализировать через его функционирование в социальных отношениях. Он относится к так называемым духовным отношениям общества. В рамках данных отношений определенные социальные институты сферы культуры прежде всего (масс-медиа, например) создают возможность индивидуального и коллективного осмысления социальных отношений в других сферах общественной жизни, будь то экономика, семья или политика.

В подобные отношения вступают и рядовые индивиды, и профессионалы: первые преимущественно в рамках межличностных неформальных бесед о политике, экономике и других институтах; вторые, посредством философских и научных трудов, художественных произведений, предлагают более усложненные формы понимания и интерпретации актуальных общественных отношений.

В свою очередь, процесс совместного постижения социальных отношений, как обыденного, так и профессионального, образует особую ее сферу общественной жизни – духовную. Посредством совместных интеллектуальных или художественных усилий в ней создаются определенные представления об общественной жизни, с разной степенью достоверности отображающие социальную и индивидуальную жизнь их участников. Эти представления, предлагаемые обществу и его группам в виде информации или образов, оказывают определенное воздействие на эмоции, представления и установки реципиентов.

[55] Кравченко С.А. Социология. Классические теории через призму социологического воображения: учебник. М.: Изд–во Юрайт, 2014. С. 47.
[56] Сорокин П.А. Явление взаимодействия как коллективное единство // Теоретическая социология. Антология: В 2 ч. М.: Книжный дом «Университет», 2002. С. 161.

Вероятно, впервые духовные отношения как специфическая социальная сфера была выделена классиками марксизма. Так, в «Немецкой идеологии» К. Маркс и Ф. Энгельс утверждают, что различные способы общественного производства рождают особую «форму общения – то есть гражданское общество на его различных ступенях», которое продуцирует различные «теоретические порождения и формы сознания, религию, философию, мораль»[57]. Хотя в предисловии к труду «К критике политической экономии» Маркс утверждает, что «…способ производства материальной жизни обусловливает социальный, политический и духовный процессы жизни вообще»[58].

Некорректно было бы полагать, что духовные отношения общества – высшие по сравнению с прочими социальными отношениями. Просто специфика первых в том, что посредством духовного производства различные специализированные акторы предлагают продукты собственного осмысления прочих отношений в обществе – межличностных, экономических, политических. По сути, эта деятельность является элементарным проявлением того, что Гегель называл «мыслящим духом» человека[59], способностью взойти от самоощущения к знанию о самом себе, к постижению своей субъективности.

Собственно социологическое продолжение концепции духовных отношений как специфической сферы предложил Карл Маннхейм, изучавший общественное сознание (положение знания в обществе), утверждавший, что изменения духовной сферы никак не могут быть поняты только на ««духовном» уровне»[60]. В рамках развитой им парадигмы социологии знания была осуществлена попытка «понять мышление в его конкретной связи с исторической и социальной ситуацией» (оно лишь постепенно возникает как «индивидуально-дифференцированное мышление»[61]). Задача социолога – обнаружить эту связь и раскрыть ее через такие методы как дистанцирование (восприятие знания в его обусловленности групповой

[57] Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология // Собрание сочинений. 2-е изд.Т. 3. М.: Политиздат, 1955. С. 36.
[58] Маркс К. К критике политической экономии // Сочинения. 2-е изд. Т. 13. М.: Изд-во политической литературы, 1959. С. 7.
[59] Гегель Г.В.Ф. Философия духа. Энциклопедия философских наук. Т. 3. Москва: Мысль, 1977. С. 24-25.
[60] Маннхейм К. Диагноз нашего времени. М.: Юрист, 1994. С. 222.
[61] Там же. С. 88-89.

ситуацией[62]), реляционирование (соотнесение высказываний с определенной социальной структурой как их предпосылкой[63]) и партикуляризация (установка границ содержания и структуры анализируемой точки зрения[64]). Подобная методология вполне применима к изучению юмористического отображения социальных отношений и его рецепции.

В более институциональном ключе сферу духовных отношений рассматривал Толкотт Парсонс. В соответствии с его взглядами они – часть культурной системы общества, которая выполняет в нем как функцию «сохранения и воспроизводства образца», так и «творческого его преобразования»[65]. Несколько домысливая, можно отметить, что определение указывает на то, что именно в культурной системе, в данном случае – синонимичной «духовной сфере», при помощи специфических средств культуры происходит отражение и динамичная интерпретация действительных отношений («творческое преобразование образца»), придание им формы и смысла. В принципе Парсонс полагал общество комбинацией индивидуальных и совместных действий и взаимодействий, поэтому обращение к нему скорее контекстуально.

Смысл духовно-символического начала в обществе раскрывает и Эмиль Дюркгейм (в работе «Элементарные формы религиозной жизни»[66]) на примере первобытных религий. Новизна его была в подходе к религии не как к потустороннему применительно к социальной жизни, а как к социальному факту, «укорененному в реальности и выражающему ее»[67]. Его понимание символов схоже с марксистским – он видит одну из целей социолога в том, чтобы суметь обнаружить «представляемую им реальность», которая и придает ему значение. В религиях Дюркгейм пытается найти постоянные элементы –

[62] Маннхейм К. Диагноз нашего времени. М.: Юрист, 1994. С. 234.
[63] Там же.
[64] Там же. С. 235.
[65] Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1998. С. 15.
[66] Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни. Тотемическая система в Австралии. // Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения. Антология. М.: Канон+, 1998.
[67] Там же. С. 175.

универсальные представления и установки, характерные для любых религиозных феноменов[68].

Существенно, что концепция отношений в сфере культуры базируется на утверждении того, что символическая среда в каком-то виде отображает содержание эмпирического пласта социальных отношений. Однако было бы существенным упрощением, не учитывающим достижений дальнейшей социологической теории, относиться к этому утверждению без должной критики или, по крайней мере, существенных дополнений.

Прежде всего, отметим находки современного американского социолога Джефри Александера, разделявшего культуральную социологию (адептом которой он является), где культура – независимая переменная, обладающая «относительной автономией в формировании действий и институтов»[69] и классическую социологию культуры, в которой культура – нечто, что «должно быть объяснено посредством чего-то другого, полностью отделенного от области смысла»[70].

Несмотря на кажущуюся противоположность нашего подхода, заключающегося в том, что культурные и духовные отношения в содержательном смысле репрезентируют иные виды социальных отношений, подход Александера близок в том, что в нем производится «строгое аналитическое разделение культуры и социальной структуры»[71]. Мы разделяем и его посыл о том, что социальные реалии «обретают определенное ценностное содержание только в результате означения, процесса кодирования»[72], однако считаем, что при рассмотрении юмора и его направлений как объектов социологического исследования, к ним следует подходить именно с позиции того, как в них репрезентируются социальные реалии, а не наоборот, что можно объяснить выбором различных точек отсчета.

Избранная позиция вряд ли является редукционизмом – мы подчеркиваем, что в рамках культуры, в рамках духовных отношений творится инсценированное

---

[68] Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни. Тотемическая система в Австралии. // Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения. Антология. М.: Канон+, 1998.С. 179.
[69] Александер Д. Сильная программа в культурсоциологии // Социологическое обозрение, 2010. Т. 9, № 2. С. 13.
[70] Там же.
[71] Там же.
[72] Кравченко С. А. Социология. Новые и новейшие социологические теории через призму социологического воображения: учебник. М.: Изд–во Юрайт, 2014. С. 564.

и несколько искаженное подобие общественной жизни, имеющее отличное от действительности содержание и определенный эффект воздействия на различных социальных акторов. Репрезентационная ценность – важная черта сферы символического, сферы культурального, которую допустимо, но вовсе не обязательно исследовать с позиции автономии сферы символического, сферы культурального. В нашем понимании отношения в сфере культуры автономны в смысле функционирования по своим собственным параметрам, но вместе с тем они символически отображают процессы в обществе в целом и в конкретных социальных группах.

От позиции Александера отличен ряд социологических (и – шире – общегуманитарных) парадигм, в которых обосновывается независимость содержания символической реальности (искусство, масс-медиа, философия) от действительных социальных отношений, ее интерпретативный либо даже конструктивистский характер. Прежде всего, это – постструктурализм. Его основные посылы оспариваемы.

Одна из ключевых метафор постструктурализма – «смерть автора». В одноименном эссе Ролан Барт постулирует ничтожную роль автора для социального существования текста по сравнению с безличной силой языка и индивидуальной интерпретацией читателя; при этом читатель, по Барту, «всего лишь некто, сводящий воедино все те штрихи, что образуют письменный текст»[73]. Это, равно как и перенос последователями Барта (например, Жаком Деррида) «смерти автора» на социальные отношения, говорит о том, что текст или общественный процесс не являются социоструктурно детерминированными. Духовное сводится к индивидуальному оценивающему акту воли, причем вопрос о том, какими коллективными представлениями руководствуется, на какое социально распределенное знание опирается читатель (потребитель, реципиент) при выборе не ставится вовсе.

Иной подход – постулирование отсутствия связи между широким кругом общественных отношений и духовной сферой, объяснимое отрицанием в чистом виде, как первого, так и второго. Согласно французскому теоретику Жану Бодрийяру, социальное есть кратковременная историческая форма развертывания ре-

---

[73] Барт Р. Смерть автора // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994.

альности, возникшая «на развалинах предшествующих символических и ритуальных обществ»[74]. На современном Бодрийяру (конец XX века) этапе исторического развития «социальное» являет собой «реальность» (ученый берет это слово в кавычки) «неясную и противоречивую, более того, остаточную и воображаемую»[75]. В смысле духовных отношений «новая» реальность – реальность «симуляции… регулируемой кодом», в которой господствуют так называемые «симулякры третьего порядка»»[76]. Код этот действует на реципиента вне зависимости от интенций автора и конкретного произведения, а в зависимости от технологии.

Философ-постструктуралист Умберто Эко не так твердо как Бодрийяр отстаивает авторитарную сущность кода, однако считает, что символический мир сообщений, текстов, изображений и аудиовизуальных технологий не отображает реальность, а представляет собой микромир, организованный в соответствии с исторически сложившимися договоренностями. «В основе любого изобразительного действия, любого изображения лежит конвенция»[77] - пишет итальянский философ и семиотик.

На наш взгляд, постструктуралисты рассматривают духовную сферу и продукты деятельности ее авторов, скорее, в ракурсе их формы, чем содержания. Тем самым они необоснованно занижают значимость отображения в художественных произведениях тех общественных процессов, которые не порождают символическое насилие над индивидом. Общественная реальность произведений и коммуникативные интенции их авторов излишне отрицались ими, но не в социологическом, а в философском ключе. Альтернативная точка зрения как раз исходит из того, что значимость отношений в сфере культуры определяется сложностью и масштабом совместного поиска символических отображений социальной действительности.

Совокупность этих отображений уместно обозначить термином «рефлексия». Употребляемый в строгом научном значении этот термин относится, скорее,

---

[74] Бодрийар Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. Екатеринбург: Изд–во Уральского ун–та, 2000. С. 73.
[75] Там же. С. 95.
[76] Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. С. 114.
[77] Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. С. 130.

к индивидуальному анализу действительности и определяется как «преднамеренное отслеживание своей деятельности с целью лучшей адаптации к меняющейся социальной среде»[78]. Более конвенциональное значение этого слова – калька с латинского «reflexio», то есть отражение свойств одного объекта в другом[79]. Можно предложить третье понимание смысла рефлексии, объединяющее представленные два: социальная деятельность специализированных авторов (писателей, художников, коммуникаторов масс-медиа) по символическому отображению социальной действительности и рецепция этих образов, ориентирующая индивида на осмысление и переосмысление его положения и деятельности в обществе и его группах. Подобное воздействие соответствует тому, что Карл Маннхейм назвал «обращением луча наблюдения или действия на самого себя с целью самопреобразования»[80]. Кроме того, именно через рефлексию подобного рода ряд социологов описывают специфическое состояние современного общества, сводя его к индивидуальной деятельности малых групп (Э. Гидденс[81]).

В какой-то мере можно говорить о том, что в значительной части социологических парадигм объясняется то, как один элемент социального отражается или, точнее, отображается в другом: как индивид и общество (несводимое к сумме составляющих его индивидов) репрезентируют в своих действиях и проявлениях принудительные по отношению к ним социальные факты – в социологии Эмиля Дюркгейма, как социальные действия отображаются в структурах общества – в социологии Макса Вебера, например.

Конечно, в приведенных примерах речь идет не только об отражении индивидуального в совместном и наоборот – палитра связей значительно шире. Об «отражении», как оно есть, читай, о рефлексии рассуждают марксисты и постмарксисты. Для них отражение - неотъемлемое свойство материи, которое возникает

---

[78] Кравченко С. А. Социологический толковый русско-английский словарь. Москва: МГИМО (У), 2013. С 616.

[79] Рефлексия [Электрон. ресурс] // Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка. 1910. Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/31109/%D0%A0%D0%95%D0%A4%D0%9B%D0%95%D0%9A%D0%A1%D0%98%D0%AF

[80] Маннхейм К. Диагноз нашего времени. М.: Юрист, 1994. С. 296.

[81] Гидденс Э. Модерн и самоидентичность // Современная теоретическая социология: Энтони Гидденс. Реферативный сборник под ред. Ю.А. Кимелева. Серия “Социология”. М.: ИНИОН РАН, 1995.

в человеке в виде «сознания» и «самосознания» и представляет собой «социальный по своей природе творческий процесс»[82].

Подобный взгляд на отражение представляется в значительной мере редукционистским. Отражение посредством культурной и духовной сферы не предполагает их зависимости, даже нелинейной, от социальных отношений. Сфера культуры существует для комментирования социальных отношений, для того, чтобы их целостность была более понятной реципиенту.

Опираясь на Марксов тезис о том, что отношения культуры в соответствии со своими атрибутами отображают иные социальные отношения разного рода и уровня, мы прибегаем и к социологии Маннхейма о влиянии на духовную сферу исторических и социальных факторов и заимствуем элементы культуральной социологии, в которой декларируется «социальное производство смыслов»[83], изменяющих свое содержание под влиянием эффектов «спирали означивания», в силу чего, например, негативный образ политика становится позитивным и наоборот. Таким образом, происходит синтез представлений о социальном функционировании культуры классических и современных авторов.

Задействуется и методология фреймирования социальной реальности посредством создания и восприятия юмористических образов (по работам И. Гофмана, М. Минского, Э. Оринга[84] и других). Рефлексивность политической карикатуры увязана в работе с методологическими подходами к юмору как способу политической дифференциации и последующей групповой идентификации, предложенными А.В. Дмитриевым[85].

Из общенаучных методов, использованных в работе, стоит выделить сравнительно-исторический подход, неоднократно применявшийся (в различных главах) для понимания изменений в социальном бытовании политического юмора и политических карикатур на Западе и в России. Использование феноменологиче-

[82] Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1983. С. 470.
[83] Alexander, J.C. The meanings of Social Life. A Cultural Sociology. 2003. P. 4.
[84] Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии РАН, 2003; Минский М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXXIII. М.: Прогресс, 1988; Oring, E. Engaging Humor. Urbana: University of Illinois Press, 2003.
[85] Дмитриев А. В. Социология политического юмора: очерки. М.: РОССПЭН, 1998.

ского подхода позволило нам применить концепцию «мы»-идентичности и «они»-идентичности А. Шютца[86] к обоснованию воздействия политического юмора на формирование коллективных идентичностей в национально-государственном масштабе. Использован также теоретико-методологический инструментарий рефлексивной социологии Э. Гидденса[87] и П. Бурдье, «текучей» современности З. Баумана[88], согласно которому, с одной стороны, современные смыслопроизводящие структуры все более проявляют свою рефлексивность, способность к самотворению «текучих» смыслов. Они являются как «внешними», так и «внутренними» факторами по отношению к индивидам, т.е. не только принуждают их к действиям в определенном направлении, но и содержат возможности для обыденной рефлексии – индивиды все более превращаются в акторов, способных производить новые формы политического юмора. Особенно был востребован теоретико-методологический инструментарий культуральной социологии Дж. Александера, согласно которой современные политические смыслы все более производятся перформативными практиками, включая политический юмор карикатур. Более того, смыслы изменяют свое содержание под влиянием эффектов «спирали означивания», в силу чего негативный образ политика становится позитивным и наоборот.

Мы также использовали методологический подход У. Бека, в частности, тезис о том, что в «мировом обществе риска» доминирует инсценированная реальность[89]. Это в полной мере относится и к политической реальности, в рамках которой стираются различия между объективной политической реальностью и её восприятием. Наконец, в методологическом плане для нас большим подспорьем были многолетние исследования Ж.Т. Тощенко, посвященные парадоксальности, кентавризмам и фантомам в российском обществе, в их производство вносит свой определенный вклад политический юмор, содержащийся в карикатурах[90].

---

[86] Шюц А. О множественных реальностях // Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004.

[87] Гидденс Э. Модерн и самоидентичность // Со-временная теоретическая социология: М.: ИНИОН РАН, 1995; Гидденс Э. Социология – М.: Едиториал УРСС, 2005.

[88] Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008.

[89] Бек У. Общество риска: На пути к другому модерну. М.: Прогресс-Традиция, 2000.

[90] Тощенко Ж.Т. Кентавр проблема (Опыт философского и социологического анализа): Монография. М.: Новый хронограф, 2011; Тощенко Ж.Т. Парадоксальный человек. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009; Тощенко Ж.Т. Фантомы рос-

Острый недостаток эмпирических исследований российского политического юмора соискатель предполагает сократить контент-анализом карикатур в печатных масс-медиа. При этом жесткая количественная методология будет неизбежно соседствовать с авторским интерпретативным и при том научно обоснованным подходом в выборе индикаторов, определяющих аттрактивность «мы»-групп и «они»-групп.

Эмпирическая база исследования. В генеральную совокупность вошли карикатуры, опубликованные в российских печатных изданиях с 1921 по 2016 гг. На основе периодизации они были сгруппированы по отдельным этапам (примерно соответствующим основным историческим сдвигам в отечественной истории XX века и начала нового). Количество карикатур каждого из десяти этапов, образующих генеральную совокупность, было равным: всего в выборку включены 60 карикатур (6 карикатур из различных популярных («национальных», «общесоюзных») печатных СМИ в течение каждого периода (газеты «Правда» «Известия» «Комсомольская правда», «Крокодил» «Труд» «Литературная газета», «Московский комсомолец» «КоммерсантЪ», «Завтра»).

Научная новизна диссертационной работы заключается в следующих ее результатах:

- впервые предложено концептуальное видение феномена юмора, в котором центральную роль занимает его связь с производством смыслов новой политической реальности;
- сфера создания и распространения комических произведений была концептуализирована как коллективная и институциональная политическая рефлексивность структур и акторов;
- устоявшийся в социо-гуманитарных науках подход к формально-эстетическим и содержательным фреймам как носителям социального смысла юмористических произведений был расширен макроориентацией на изучение политического юмора в качестве продукта инсценированного смысла, произведенно-

сийского общества. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015.

го рефлексивными структурами и/или рефлексивными акторами, находящимися в политическом поле;

- раскрыта дифференциация форм рефлексии социальной действительности в рамках различных юмористических жанров;
- эксплицированы исторические предпосылки институционализации политического юмора и политической карикатуры;
- в целом преодолен редукционизм ряда дисциплинарных подходов, в рамках которых социальные аспекты политического юмора изучались преимущественно в индивидуально-рекреационном ключе;
- впервые в российской науке методология классического контент-анализа была адаптирована, с существенными модификациями, к изучению такого сложного комплекса визуальной сигнификации, как политическая карикатура;
- результаты эмпирического анализа инсценирования образов и смыслов «мы»-групп и «они»-групп в политической карикатуре были сопоставлены с действительным функционированием их референтов в обществе.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Как социальные акторы художественные коммуникаторы различных масс-медиа стремятся к формированию определенных смыслов институтов и реалий общества, политических в том числе, зачастую имеющих латентный характер. Научное изучение юмористической рефлексии относительно политических институтов позволяет эксплицировать такие аспекты в их (дис)функционировании, которые до определенного момента недоступны рациональному восприятию. Однако они диагностируются с помощью чувственной и интуитивной рецепции коммуникаторов-юмористов.

2. Рефлексивное отображение социально-политических отношений посредством юмора в разных формах обнаруживается во всех комических жанрах и направлениях: частушка репрезентирует смыслы эмоций и представлений непривилегированных членов общества; анекдот выражает критически-ироничное отношение к конкретному политическому объекту, рефлексия относительно которого

еще не институционализировалась до уровня массовой коммуникации. Последняя является носителем, среди прочего, политической сатиры, рефлексивность которой преимущественно концептуальна; политическая карикатура репрезентирует агрессивно-насмешливую критику в отношении лиц, процессов и событий текущего политического момента. Таким образом, в политическом юморе рефлексируется производство парадоксальных смыслов и дисперсионные восприятия политических институтов и их акторов.

3. Изобразительный юмор периода доминирования классических масс-медиа (XIX-XX вв.) можно охарактеризовать такими содержательными признаками: предпочтение внешней насмешки сущностной реальности; стереотипность образов; детерминированность тематик идеологическими конвенциями. В определенной степени эти признаки релевантны и в XXI веке, в котором уже доминирует инсценированная реальность. С представленной содержательной спецификой изобразительного юмора корреспондирует его культурно-эстетическая специфичность, а именно: гиперболизация смысла одной избранной особенности отображаемого политического объекта; наличие явно идентифицируемого реального референта, в функционировании которого имеют место парадоксы, кентавризмы, фантомы; превалирование вербально-когнитивной сигнификации над визуально-когнитивной (принципиальное значение имеет собственно текст); адаптированность смыслов возможностям восприятия усредненного реципиента.

4. Профессиональная политическая карикатура в России (в отличие от любительских лубочных произведений, являвшихся карикатурными только отчасти) ведет свой отсчет от Отечественной войны 1812 года. Она характеризовалась масштабным движением профессиональных художников к широко признаваемому, в том числе государством, статусу авторов патриотических карикатур – прежде всего, на французов вообще и Наполеона в частности. Подобный генезис отечественной карикатуры задал дальнейший вектор ее развития: в течение практически двух столетий в российском изобразительном юморе доминировала внешнеполитическая направленность. Советским художникам и отчасти российским она слу-

жила возможностью иносказательной экспрессии их сложного отношения к внутриполитическим реалиям.

5. Российская политическая карикатура XX в. прошла через несколько этапов, выделяемых по критерию качества рефлексии социальной действительности. Плюрализм начала XX в., характеризовавшийся разнообразием тем, событий, лиц, а также пестротой выразительных приемов, сменился репрессивной советской карикатурой, направленной на юмористическое отображение принудительных форм социальной организации. В новой России, при всей содержательной и формальной диффузии элементов изобразительного юмора, коммерческая самоцензура конкретных изданий способствует упрочению довольно низкой степени граждански ориентированной рефлексии карикатур. К этому в России традиционно примешивается гипертрофированная склонность карикатуристов к агрессивной абсурдизации высмеиваемых особенностей политических объектов.

6. Осуществлена интеграция количественного контент-анализа (изучение собственно текста) с интерпретативным вариантом метода, рассчитанным на изучение материалов с большой долей латентного, в том числе несловесного содержания – произведений визуальной культуры. Сложное соотношение денотации и коннотации было нами изучено на трех уровнях сигнификации политико-карикатурного образа: предиконографическом (установление конкретной референтности персонажей), иконографическом (идентификация политической или, шире, общественной значимости персонажа – в ее художественном преломлении), а также иконологическом (поиск обусловленности упомянутой значимости персонажа широким контекстом его функционирования в обществе).

7. Проведенное исследование позволяет утверждать, что современная политическая карикатура России отображает противоречивый, парадоксальный характер коллективной идентичности россиян. В частности, «национальная гордость великороссов» сопряжена с осознанием, как интуитивным, так и рациональным, невозможности достичь соответствующего ему качества социально-экономического благополучия. Политическая карикатура рефлексивно отображает традиционное и довольно устойчивое в российской истории сочетание высокой

степени развития духовной культуры и сравнительно отсталых гражданских отношений. Это противоречие проявляется среди прочего и в высокой степени конфликтности между персонажами отечественной карикатуры. Ее гипертрофированная драматичность, неизменная противопоставленность одних персонажей другим опосредованным образом свидетельствуют о нерешенности такой проблемы как интеграция российского общества.

Практическая значимость работы. Наработанный в результате исследования фактический материал и теоретические выводы могут быть использованы в законотворческой, коммуникационно-управленческой и художественной практике. Они также значимы для медиаобразования: концептуализация юмористических произведений как форма художественного освоения мира призвана сыграть большую роль в приобщении подрастающего поколения к определенной культуре рецепции. Материалы диссертации могут быть использованы при изучении социального функционирования визуальной культуры в лекционных курсах по социологии политики, социологии массовой коммуникации, эмпирической социологии.

Степень достоверности результатов определяется тем, что к предмету диссертационного исследования были применены теоретико-методологические концепции, широко апробированные в российской и мировой социологической науке. Кроме того, использованы достижения социального психоанализа, социальной философии, культурологии, политологии. Валидность результатов также основывается на качественной и количественной репрезентативности выборочной совокупности проведенного эмпирического исследования. Фактологическая выверенность работы зиждется и на соответствии методов обработки информации цели и задачам диссертационного изыскания.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования были представлены на Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2014» (РФ, г. Москва), на Международной научно-практической конференции «Научная дискуссия: инно-

вации в современном мире» (2016, РФ, г. Москва), в пяти статьях, три из которых опубликованы в изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки РФ[91].

[91] Мельников С.С. Исторические предпосылки институционализации политического юмора // Вестник МГИМО-Университета 2014. № 6; Мельников С.С. Комедийные зарисовки на ТВ (скетч-шоу): социологический подход к исследованию // Вестник экономики, права и социологии. 2014. № 1; Мельников С.С. Социология юмора: к критике трех фундаментальных теорий смешного // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1.

Глава I. Политический юмор и политическая карикатура в системе социальных отношений

§ 1. Многозначный политический юмор как отображение сложной социальной организации общества

Прежде чем описать феномен многозначного политического юмора и обозначить один из его парадоксов, который позволит выявить скрытые противоречия в социально-политической структуре общества, следует раскрыть вопросы о том, что такое юмор, как конкретно юмор и духовные отношения репрезентируют социальную реальность, и какие проявления комического относятся к политическому юмору.

В нашей модификации юмор представляет собой разновидность фрейма в терминологии И. Гофмана, определявшего фрейм как «перспективу восприятия, создающую формальное определение ситуации»[92]. До Гофмана А. Шютц выделил различные типы опыта, назвав их «конечными областями значений», под которыми понимал «комплекс переживаний», объединенных единым «когнитивным стилем»[93]. К ним можно отнести и юмор (что Шютц и сделал, описав жизненный мир остроумия: «мы готовы ненадолго принять фиктивный мир остроумия в качестве реальности, по отношению к которой мир нашей повседневной жизни приобретает довольно дурацкий характер»[94]), и съемку кинофильма, и просмотр кинофильма, и сочинение стихов, и, например, проповедь священнослужителя. Однако «фрейм» все же вместительнее «конечной области значения»: дело в том, что фреймы, точнее, их системы, все же более тесно связаны с коммуникацией, интеракцией, непосредственным опытом индивида[95], ориентацией на них с точки зрения правил поведения. При этом они включают в себя и единый когнитивный стиль.

Введший термин «фрейм» исследователь искусственного интеллекта Марвин Минский отмечал, что отличительной чертой юмора является «неожиданная

---

[92] Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии РАН, 2003. С. 42.
[93] Шюц А. О множественных реальностях // Избранное: Мир, светящийся смыслом – М.: РОССПЭН, 2004. С. 424.
[94] Там же.
[95] Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии РАН, 2003. С. 74.

смена фреймов: сначала сцена описывается с одной точки зрения, а затем неожиданно… предстает в совершенно ином ракурсе»[96]. То есть юмористический фрейм включает в себя резкую перемену фреймов – и в этом, как это ни парадоксально, его суть.

О комическом как области, в которой рациональный образ мысли резко сменяется нерациональным и иррациональным, писали многие исследователи: П. Бергер, М. Дэвис, Э. Зейдервельд, американский антрополог Э. Оринг[97]. При этом «иной ракурс», «юмористический фрейм» тесно связан с первичным исходным фреймом, как бы зависим от него, о чем пишет российский лингвист И.Р. Игнатченко[98]. Но активирующийся юмористический фрейм отнюдь не является пустым знаком, разрушающим основной серьезный фрейм, а содержит «ментальные репрезентации», представляющие интерес «только по отношению к исходному фрейму»[99]. Это не всегда явно, однако мы считаем, что подобный перенос фреймов универсален.

Приведем пример советского политического анекдота: ««Можно ли построить коммунизм в одном поселке?» - «Можно. Но жить лучше в другом». Исходный фрейм здесь можно описать как деловой, вопрошающий – подобного рода вопросы задают экспертам в СМИ, гражданам на улице и в других серьезных коммуникационных ситуациях. Ответ же как бы «гасит» этот деловой, вопрошающий фрейм. Если бы отвечающий сохранял схожее с вопрошающим определение ситуации, то ему следовало бы ответить утвердительно и отрицательно, и каким-то, пусть минимальным, образом обосновать свой ответ. Здесь же вместо обоснования выражено субъективное отношение и вкупе с согласием ответ образует иронию, то есть прием, основанный на «противоположении формы и смыс-

---

[96] Минский М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXXIII. М.: Прогресс, 1988. С. 292-293.

[97] Berger, P.L. Redeeming Laughter. Berlin/New York: Walter de Gruyter, 1997. Davis, M. What’s So Funny? The Comic Conception of Culture and Society – University of Chicago Press. Oring, E. Engaging Humor – Urbana: University of Illinois Press, 2003. Zijderveld, A. Reality in a Looking-Glass: Rationality Through an Analysis of Traditional Folly. London and Boston: Routledge&Kegan Paul, 1982.

[98] Игнатченко И.Р. К вопросу о структуре юмористического акта // Историческая и социально-образовательная мысль. 2014. № 3. С. 218 – 221.

[99] Там же. С. 219.

ла»[100]. И нам смешно. Хрестоматийная карикатура Кукрыниксов, сопровождаемая надписью «Потеряла я колечко…» (А в колечке 22 дивизии), на которой изображен Гитлер в женском платке, с грустью смотрящий на карту, где немецкие войска взяты в кольцо – пример резкого контрастирования между исходными фреймами: фреймом институциональных политических отношений, в которых Гитлер ведет войну против СССР, и обыденностью, атрибутами которой являются межличностные отношения и личные переживания.

Однако, будучи погруженным в систему социальных отношений, юмористический фрейм образует сложное переплетение с иными фреймами, иными способами описания реальности. Применительно к рефлексии социально-политических отношений художником-карикатуристом можно выделить фрейм художнического восприятия действительности (политической в том числе) и ее отображения в произведениях искусства, неизбежно пересекающийся с необходимостью активировать юмористический фрейм. То же и с реципиентом: воспринимая карикатуру, он должен задействовать как юмористический фрейм, так и оригинальный фрейм рецепции произведений (политического характера в том числе).

Характер взаимодействия между данными фреймами напрямую относится к цели исследования. Итак, мы констатируем, что принадлежность юмора к отношениям в сфере культуры, посредством которых с той или иной степенью «кривизны» репрезентируются прочие виды общественных отношений, универсально для всех содержательных типов юмора, включая политический юмор. Следовательно, политический юмор как часть политической культуры репрезентирует, отображает, интерпретирует политические отношения. Какова форма этой рефлексии, репрезентации?

Культура никогда не отражает общественные отношения (включая политические) иконически. Она отражает их, но опосредованно, неочевидно. Напрямую из культуры мы не можем извлекать информацию о характере изображаемых отношений в обществе, так как на них воздействует целый комплекс факторов. При-

[100] Лук А.Н. О чувстве и юмора и остроумии. М.: Искусство, 1968. С. 37.

знание возможности отображения не означает признания зеркальности этого отображения и «прямого влияния… экономических, социальных, политических и духовных факторов»[101] на его содержание, что разъяснено в труде НИИ Киноискусства «Социология и кинематограф»[102]. То есть конкретное содержание произведений, допустим, живописца не детерминировано заказчиком или тем, кто оплачивает его труд – в содержании всегда будет прослеживаться что-то индивидуальное, хотя заказчик может определить объект изображения.

Если говорить о социальных факторах, то, например, принадлежность художника к аристократическому слою, может повлиять на его выбор тем для изображений, но вряд ли повлияет на содержание и манеру выражения. Духовные факторы – например, то или иное модное направление в живописи, может определить форму, но вряд ли повлияет на самую суть содержания. Политические факторы – особенно важные для диссертационной работы – могут реализовываться в виде цензуры и прямого политического заказа, но и здесь у художника есть не просто простор для воображения, а возможность подспудно и зачастую несознательно выразить идеи и изобразить черты, с политическим курсом не соотносящиеся, а порой и противостоящие ему.

Для данной работы важен вопрос не только о принципах отображения, но и о том, могут ли суть и содержание общественной рефлексии быть операционализированы применительно к конкретному произведению искусства или духовной деятельности. Мы полагаем, что могут. Здесь принципиально разграничить явную и латентную сторону изображаемого. Профессиональная рефлексия в художественных произведениях отличается двойной имплицитностью: с одной стороны, в художественном вымысле находят свое отображение различные латентные феномены и процессы общества, а, с другой, их образы также имеют неочевидный характер, скрыто – метафорически или иносказательно – отсылая реципиента к соответствующим референтам.

---

[101] Социология и кинематограф / под общ.ред. М. И.Жабского. М.: «Канон+», РООИ «Реабилитация», 2012. С. 36.
[102] Там же.

К явному, безусловно, относится содержание произведения, которое известный британский социолог массовой художественной коммуникации. Эндрю Тюдор, предложивший структуру рассмотрения художественного произведения с точки зрения отображения социального, определяет как сферу деятельности, к которой произведения обращены[103]. Содержание – то, что видно невооруженным глазом либо явно вычленяемый пласт смысла; действительность, выраженная непосредственно в образе – как в означаемом, так и в означающем.

Российские социологи называют схожее отображение, опираясь на западных исследователей кино (представитель Франкфуртской школы З. Кракауэр, Д. Прокоп, Г. Тернер), «прямым отражением» – когда люди видят на экране «людей некоторого социального положения»[104], некоторые привычные социальные ситуации.

При том, что интересующие содержательные элементы конкретного произведения уже представляют значимую информацию для социолога, все-таки социологическое воображение предполагает фиксацию «латентных аспектов социальных явлений» и «проникновение в сущность окружающих реалий»[105]. Эти латентные аспекты Э. Тюдор назвал структурой содержания[106], инкорпорирующей драматические конфликты, скрытые за видимым изображаемым.

Социологи НИИ Киноискусства выделяют отображение «конкретного социального времени»[107] с формированием присущих его духу установок как пример того, что именно латентно репрезентирует произведение искусства. Впрочем, это скорее частный пример – в данной работе нам ближе точка зрения Э. Тюдора. Латентно, как правило, то, что в силу тех или иных факторов не выражается явно, поэтому явному оно зачастую противоречит. По нашему представлению, в эмпирическом исследовании латентная структура содержания обнаруживается исходя

[103] Tudor A. Theories of Film and Image and Influence: Studies in the Sociology of Film. Allen &Unwin, 1974. С. 111.
[104] Социология и кинематограф / под общ.ред. М. И.Жабского. М.: «Канон+», РООИ «Реабилитация», 2012. С. 30.
[105] Кравченко С.А. Социология. Классические теории через призму социологического воображения: учебник. М.: Изд–во Юрайт, 2014. С. 10.
[106] Tudor A. Theories of Film and Image and Influence: Studies in the Sociology of Film. Allen &Unwin, 1974. С. 114.
[107] Социология и кинематограф / под общ.ред. М. И.Жабского. М.: «Канон+», РООИ «Реабилитация», 2012. С. 31.

из нескольких явных индикаторов, и обозначается – так, а не иначе – в зависимости от исследовательского вопроса и гипотезы.

Примером такой латентной структуры содержания могут быть образованные на основе явных индикаторов понятия «уровень доверия», «политическая ориентация», «межгрупповая напряженность». Дискутируя о явном и латентном, уместно вспомнить концепцию Роберта Мертона, разграничивавшего явные и латентные функции, первые из которых относятся к «объективным и преднамеренным последствиям социального действия»[108], а вторые – к «непреднамеренным и неосознанным последствиям того же самого порядка»[109]. Американский социолог определял функции того или иного действия с позиции приспособления или адаптации конкретной социальной единицы – то есть Мертона интересовали сугубо скрытые и явные механизмы действия, ведущие к его осуществлению. Мы же ищем латентные механизмы в уже осуществленном духовном продукте и делаем выводы о его потенциальной, а не реальной функциональности для индивида и общества. Для дальнейшего определения того, какие именно латентные репрезентации возможно исследовать, стоит специфицировать то, что представляют собой собственно политические отношения, а затем и политический юмор.

Вероятно, в первую очередь, социологический подход к политике требует выделения политических отношений в качестве особой группы общественных отношений. Так или иначе, это делают все социологи политики, но мы выделим три основных подхода.

Толкотт Парсонс акцентирует социетальную значимость политических отношений, обозначая политику как универсальный феномен, характеризующий широкий круг общественных отношений. К политике он относит «не только основные функции правительства в его отношении с социетальным сообществом», но и «соответствующие аспекты любого коллектива». Однако далее Парсонс уточняет, что в ходе общественного развития государство все в большей степени дифференцируется как «специализированный орган общества, составляющий яд-

---

[108] Мертон Р. К. Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль. М.: МУбиУ, 1996. С. 426.
[109] Там же.

ро его политической подсистемы»[110]. По Парсонсу, государство отвечает за целостность общества (в терминологии американского социолога – «социетального сообщества») в глобальном мире и осуществляет непосредственное управление внутри него, иными словами, ответственно за проведение внешней и внутренней политики. В концепции Парсонса важным является отождествление политики как таковой с политикой государства, которое при рассмотрении любых политических отношений является их обязательным актором – как целостный субъект, а также через органы и институты его образующие. При этом его взгляд консенсусный, не предполагающий наличия состязательности и противостоящих друг другу акторов.

У Макса Вебера состязательность подразумевается. Немецкий социолог определял политику как «стремление к участию во власти или к оказанию влияния на распределение власти»[111]. Это определение обращает на себя внимание как тем, что «власть» является центральной политической категорией, так и тем, что, согласно Веберу, политические отношения объемлют только тех индивидов и только те группы, которые мотивированы участвовать в политике.

Пьер Бурдье пытался преодолеть холизм Парсонса и номинализм Вебера, представляя политику, с одной стороны, как «поле сил»[112] (пространство чего-то уже установленного, институционализировавшегося), а, с другой стороны, как «поле борьбы, направленной на изменение соотношения этих сил»[113] (пространство, в котором акторы осуществляют деятельность по переформатированию установленного).

Предложенные определения позволяют заключить, что политический юмор отличается от (условно) неполитического тем, что его объектом является человек, стремящийся к участию во власти и к оказанию влияния на ее распределение либо человек, являющийся представителем власти, либо политические институции – государство, партии, выборы, либо – визуализируемые элементы политической

---

[110] Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1998. С. 30.
[111] Вебер М. Политика как призвание и профессия // Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 320.
[112] Бурдье П. Политическое представление: элементы теории политического поля / П. Бурдье // Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993. С. 181.
[113] Там же. С. 181-182.

культуры. В некоторых случаях политики и институты фигурируют в тексте в виде намеков.

О политической культуре – понятии, возникшем в политологическом дискурсе, имеющем, однако, социокультурный смысл, следует сказать отдельно. Как отмечает философ и политолог А. С. Панарин, помимо институционального аспекта политика содержит и внеинституциональные, «к числу которых относятся политическая культура и этика, психология и традиция»[114]. Г.А. Алмонд определяет политическую культуру как «политическую систему, усвоенную в сознании, чувствах и оценках населения»[115]. Это понятие включает и рациональную, и эмоциональную реакцию людей на объективно происходящие политические процессы. В.В. Разуваев прямо называет политический юмор «смеховой частью политической культуры» и считает, что его можно ««вылущить» в аналитических целях из политической культуры в целом»[116]. Данный подход не касается только политического юмора, ведь и юмор как таковой представляет собой культурное явление – и как совокупность конкретных комических артефактов, и как инструмент коммуникации. Однако любое культурное явление имеет свою пространственно-временную грань, в рамках которой оно институционализировалось и закрепилось в общественных отношениях.

Существует классификация, разделяющая политический юмор (в интерпретации автора В.В. Разуваева – политический смех) по субъекту распространения и рецепции: «смех между своими», собственно юмор политиков, «смех внутри политически активной части населения» и «смех, «рассыпанный» по всему обществу»[117]. В нашем понимании подобная логически выверенная конструкция является избыточной, ведь считая политический юмор явлением историческим, частью духовных отношений, отображающей посредством масс-медиа некие представления общества о политике, любой политический смех является «рассыпанным» по все-

[114] Панарин А.С. Философия политики :учеб.пособие для политолог. факультетов и гуманитарных вузов. М.: Новая школа, 1996. С. 8.
[115] Алмонд Г. Гражданская культура, политические установки и демократии пяти наций // Антология мировой политической мысли в 5-ти томах. Т. 2: Зарубежная политическая мысль XX в. Нац. общественно-научный фонд. М., 1997. С. 594.
[116] Разуваев В. В. Политический смех в современной России. М.: ГУ-ВШЭ, 2003. С. 9.
[117] Там же. С. 186.

му обществу. Его непосредственные создатели, редакторы и собственники СМИ, политики, являющиеся авторами шуток, принадлежат к конкретному обществу-государству, взятому в конкретный период времени. И роль профессионалов-творцов карикатур, создателей профессиональных юмористических миниатюр все-таки исключительна, так как в условиях популярной культуры именно они являются создателями юмористического дискурса – политик не нарисует карикатуры на другого, равно как и рядовой реципиент (в цифровую эпоху, впрочем, это уже не совсем так). Политический юмор, по крайней мере, в условиях современного общества продуцируется целенаправленно, чаще всего, профессионалами, разделяющими со своей аудиторией похожую картину мира, на которую накладываются словесные или визуальные образы.

В ряде работ особо подчеркивается компенсаторная функция политического юмора. Ее выделение обусловлено самим характером политических отношений: так или иначе граждане вынуждены адаптироваться к системному несовпадению заявленных целей и достигнутых результатов политики – национальной, региональной и местной. В. В. Разуваев раскрывает это так: «часть граждан впадает в политическую апатию, часть переходит к радикальной критике существующего порядка, но большинство ищет политической и социальной компенсации»[118]. Эта компенсация осуществляется посредством, в том числе восприятия и продуцирования политического юмора, который, согласно А. В. Дмитриеву, служит «относительно безопасным высвобождением накопившейся агрессивности по отношению к высшей власти»[119]. О том, что основная роль политического юмора – в способности «возмещать обиды», нанесенные участникам политического процесса, писал и М. Коллер[120].

Однако не стоит приписывать политическому юмору исключительно компенсаторный характер, так как в этом случае мотивы обращения к нему были бы сугубо рациональными: условно говоря, «неудача и непонимание, следовательно,

[118] Разуваев В. В. Политический смех в современной России. М.: ГУ-ВШЭ, 2003. С. 31.
[119] Дмитриев А. В. Социология политического юмора: очерки. М.: РОССПЭН, 1998. С. 300.
[120] Koller, M.R. Humor and Society: Explorations in the Sociology of Humor. Cap and Gown Press Inc., Houston, 1988. P. 216.

компенсация». Но это не так. Например, СМИ могут навязать политическую шутку, которая вызывает индивидуальную смеховую реакцию, но она лишь по касательной будет относиться к актуальным переживаниям индивида. Кроме того, компенсаторность предполагает наличие изначального статуса-кво, после которого индивида лишают некоторого блага (например, руководитель государства увеличил налоги, это вызвало недовольство широких слоев населения и соответствующую юмористическую реакцию в печатной прессе), что вовсе не является обязательным.

Оттого «компенсаторность», предполагающую некоторое возмездие, вполне можно заменить «разрядкой» - напомним, этим словом принято обозначать одну из трех основных традиций «комплексного анализа феномена юмора»[121]. Разрядка предполагает некоторое отдохновение от серьезности, но отнюдь не воздаяние. Так, шотландский философ А. Бэн интерпретировал юмор как «разрядку от суровых требований общественного принуждения»[122]. Концепция М. Дэвиса, считавшего, что юмор по своей сути временно и безболезненно придает существующим институтам и правилам анекдотичные формы[123], также вполне объясняет существование политического юмора как временной разрядки. Но и к концепции разрядки существуют определенные замечания: она «отказывает юмору в рефлексивности и онтологической самостоятельности. Юмор в рамках этой теории – финальная точка мыслительного процесса или вообще его преодоление, это – пустой знак, не имеющий сам по себе содержательных особенностей»[124]. И, подчеркнем, содержательность юмора, возможность его рефлексии посредством общественных отношений – краеугольный камень авторской концепции юмора.

Взгляд на юмор как на активацию временного ощущения превосходства над предметом шутки (Т. Гоббс, А. Адлер[125]) также обладает определенным объясни-

---

[121] Мельников С.С. Социология юмора: к критике трех фундаменталь-ных теорий смешного // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 213.

[122] Billig, M. Laughter and ridicule: towards a social critique of humour. SAGE Publications Ltd., UK, 2005. P. 98.

[123] Davis, M. What's So Funny? The Comic Conception of Culture and Society / M. Davis.– University of Chicago Press, 1993.

[124] Мельников С.С. Социология юмора: к критике трех фундаменталь-ных теорий смешного // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 214.

[125] Гоббс Т. Левиафан. – М.: Мысль, 2001; Мельников С.С. Социология юмора: к критике трех фундаментальных теорий смешного // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1.

тельным потенциалом применительно к политическому юмору – так происходит временное возвышение над текущей политической ситуацией, преодоление личных негативных поползновений, касающихся этой ситуации, и возвращение к «серьезному» дискурсу. Это заметно, например, в следующем анекдоте:

– «Кто поддерживает Горбачева в Политбюро?» – «Никто. Он сам пока ходит»[126].

В принципе этот анекдот может быть рассказан и воспринят человеком, который находится в состоянии усталости от того, что руководителями государства в течение многих лет являются люди пожилого возраста и реакционных взглядов, далекие от идеалов как демократического руководителя, так и «сильной руки». С другой стороны, шутки о политических деятелях могут высказываться и без подоплеки недовольства. Политика, которой советского да и современного человека, «нагружают» посредством масс-медиа, зачастую против его воли, воспринимается как театр, точнее, как телевизионная комедия. Как писал в 2006 году социолог Борис Дубин, «роль зрителя, которая отведена в данной ситуации россиянам, принята большинством из них»[127]. И политик на телевидении по большому счету та же фигура, что и популярный исполнитель песен. Поэтому часты шутки, касающиеся внешних либо поведенческих особенностей политика, то есть не касающиеся основной деятельности. Другое дело, что смех, если он не вызван подражанием, всегда имеет субъективную причину.

Итак, чем же по преимуществу является политический юмор – социальной компенсацией, сублимацией агрессии, выражением превосходства, инструментом социализации, минимизации конфликта[128], политической технологией[129]? Выбор одного или нескольких ответов, данных предыдущими исследователями, был бы слишком субъективен, но и отрицать за политическим юмором данные проявления было бы несправедливым. Укажем еще на одно из объяснений сущности по-

---

[126] Мельниченко М. Советский анекдот (Указатель сюжетов). М.: Новое литературное обозрение, 2014. С. 311.

[127] Дубин Б. В. Всеобщая адаптация как тактика слабых. [Электронный ресурс] // Неприкосновенный запас. 2006. № 6. Режим доступа: http://magazines.russ.ru/nz/2006/50/du4-pr.html (дата обращения 11.03.2016).

[128] Дмитриев А. В. Социология политического юмора: очерки. А. В. Дмитриев. М.: РОССПЭН, 1998. С. 137, 175, 289.

[129] Dagnes, A. A conservative walks into a bar: the politics of political humor. Palgrave Macmillian, USA, 2012.

литического юмора, которое А.В. Дмитриев описал в функциональном ключе – как «функцию идентификации, дифференциации и сплоченности»[130]. По Дмитриеву, юмор «служит важным средством осознания принадлежности к определенной группе»[131], а также – здесь речь уже идет о дифференциации – «служит… не только метками границ какого-либо класса или слоя, но и средством интеграции внутри них и в то же время отделения друг от друга»[132]. Юмор поддерживает дистанцию между «ими» и «нами»[133], причем поддержание этой дистанции может иметь разные последствия – как смягчение, так и обострение конфликта.

Групповую идентификацию и дифференциацию посредством юмора как такового легко вспомнить, обратившись к детскому опыту шуток. Автор работы вспоминает регулярно произносимую в детской микрогруппе фразу «Шуток не понимает!» в отношении человека с обидой воспринявшего дружескую насмешку (он не активировал юмористический фрейм там, где было должно), в результате чего степень его дифференциации от «мейнстрима» микрогруппы росла.

Опираясь в том числе на точку зрения Парсонса о государстве как основополагающем политическом акторе, можно предположить, что идентификация с собственным государством («мы»-идентичность) и дифференциация по отношению к иному государству («они»-идентичность) – существенно важные различения политической сферы для каждого индивида, участвующего в политике или интерпретирующего политическую жизнь (как художник-карикатурист). «Мы»-группы продуцируют шутки об «они»-группах для закрепления коллективной идентичности, ощущения превосходства, разрядки и по другим обозначенным выше причинам. «Мы» продуцируем шутки о «нас» реже и делаем это для группового сплочения – чтобы способствовать более эффективному взаимодействию внутри группы, например. Предложенное разделение на «мы»- и «они»- легко идентифицируется в печатных политических карикатурах.

---

[130] Дмитриев А. В. Социология юмора: очерки. М.: Российская академия наук. Отделение философии, социологии, психологии и права, 1996. С. 174-177.
[131] Там же. С. 175.
[132] Там же.
[133] Там же. С. 271.

Понятия «мы»-группы и «они»-группы являются устоявшимися в социологическом дискурсе. Альфред Шютц, расширивший контекст использования термина «мы»-группа (первоначально его сформулировал Уильям Самнер[134], утверждал, что любая «мы»-группа имеет свое относительно естественное представление о мире, которое принимается ее членами как нечто само собой разумеющееся[135], при этом знания «они»-группы, поведение ее представителей, интерпретируются именно с позиций этого представления[136]. Данное положение характеризуется термином «этноцентризм», предложенным тем же Самнером, и обозначающим взгляд, согласно которому, собственная группа воспринимается как «центр всего, а все другие иерархизируются и ранжируются в соотнесении с ней»[137]. Этноцентризм как абсолютизация «мы»-идентичности и проблематизация «они»-идентичности весьма типичен для социальной жизни вне зависимости от времени и общества, к которому этот термин применяется. По логике А. Шютца, содержательная основа разделения на «мы» и «они» относится к отношениям в сфере культуры. Говоря языком данной работы, «мы» и «они» различным образом репрезентируют и отображают окружающую действительность, включая друг друга.

В России коллективная «мы»-идентичность зачастую определяется через национальную принадлежность. По данным исследования Института социологии (2007 год), люди той же национальности – устойчивая самоидентификация для 92% россиян[138]. К этой идентичности добавляется и высокий уровень восприятия как «своей» территории, истории и культуры страны (то есть государства), что выражается в том, что, по меньшей мере, в течение 10 последних лет 80% жителей страны заявляют, что гордятся тем, что живут в России (79% в 2006 году, 82%

---

[134] Шюц А. Равенство и смысловая структура социального мира // Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004. С. 635.
[135] Шюц А. Хорошо информированный гражданин // Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004. С. 558.
[136] Шюц А. Равенство и смысловая структура социального мира // Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004. С. 617.
[137] Там же. С. 635.
[138] Российская идентичность в социологическом измерении: аналитический доклад [Электронный ресурс]. Институт социологии РАН. Раздел публикации. Издания института социологии. 2007. URL: http://www.isras.ru/analytical_report_Ident.html (дата обращения: 20.05.2016).

в 2016 году[139]). При такой самоидентификации отношение к «они» по государственному признаку не является умиротворенно-толерантным, и различные направления юмора, включая карикатуру, в различных формах репрезентируют эту сложность и неравнодушие по отношению к «они»-группам, относящимся к иным государствам. Совокупность различных параметров, отображающих визуальную и содержательную привлекательность либо непривлекательность «мы»-группы или «они»-группы в конкретном юмористическом произведении (карикатуре) мы назовем «мы»-аттрактивностью и «они»-аттрактивностью. Более подробно смысл этих понятий будет раскрыт в эмпирической части.

§ 2. Общественные отношения в объективе политического юмора: исторические и формально-структурные параметры

Сколько-нибудь полную и удачную классификацию комического не удалось сделать, пожалуй, никому. Возможно, первым исследователем, попытавшимся создать подобную классификацию, был Цицерон, выделивший следующие виды остроумия: «абсурд, двусмысленность, неожиданные умозаключения, каламбур, аллегория, противоположность, кажущаяся простота, карикатурное изображение, сравнение (похожесть), противоречие (противоположность), несбывшееся ожидание, уклончивость, ирония, метафоры, передразнивание, небылицы, пословицы, лёгкая насмешка, неожиданность, недооценка, буквальное понимание слов, необычное истолкование имён собственных»[140].

Последующие авторы не смогли (и по большому счету не осуществляли попыток) создать более полную классификацию, разве что осовременивали их с учетом развития искусства и модификации общественных отношений. Так, А.В. Дмитриев и А.А. Сычев в качестве основных форм выделяют «сатиру, иронию, остроумие, афоризм, комедию, анекдот, частушку, шарж, карикатуру, «веселую брань», насмешку, шутку»[141]. Каждая из форм задает особый характер репрезентациии воображаемого взаимодействия между «мы»-группой и «они»-группой

---

[139] Национальная гордость // Пресс-выпуск Левада-Центра [Электронный ресурс]. 2014. Режим доступа: http://www.levada.ru/07-04-2014/osobyi-rossiiskii-put (дата обращения: 23.05.2016).
[140] Глинка К. Теория юмора. Стихи, пародии, эпиграммы. М., 2008.
[141] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 247.

(причем относится это не только к политическому юмору и не только к группам, определяемым по этнонациональному и государственному критерию) – сравним основные из них по этому и другим параметрам.

Первый объект – частушка. Пусть она и не принадлежит к популярной культуре и не является авторским жанром, ее особенность в том, что она распространяется среди «мы»-группы и содержит устойчивый набор стереотипов и представлений, разделяемых этой группой. Отражает же она, как правило, представления о справедливости, о правде, присущие «мы»-группе (как правило, с упоминанием представителей «они»-группы, стоящих выше на социальной лестнице, либо имеющих большую степень свободы) и выполняет компенсаторную функцию.

Как жанр устного народного творчества частушка возникла во второй половине XIX века, и, как считает значительная часть исследователей, явилась «результатом влияния фабричного города на крестьянскую культуру»[142]. На первый взгляд, может возникнуть впечатление, что частушка с аудиовизуальной точки зрения принадлежит к народной культуре, как например танец или песнопение, однако это не так: ее содержание по-своему, в легкой форме отражает парадоксы содержания социальной жизни. Отличающаяся особым регистром исполнения, часто – рифмой, далеко не вся частушка является юмористической, как например эта - «вдовья»:

Юбку черную суконную
Хвалили на мине,
Самолучшего миленочка
Убили на войне[143]

Противоположную картину описывает следующая частушка, в ней есть явный комический элемент, рождающийся на участке смены фреймов: вместо ситуации описания деятельности, там, где эта деятельность должна была продол-

[142] Адоньева С.Б. Прагматика частушки // Антропологический форум, 2004. № 1. С. 156.
[143] Там же. С. 169.

житься, создается ситуация уклонения от работы (в предыдущей частушке смены фреймов нет, там есть метафора, продолжающая предыдущую мысль):

Бригадир дает звонок,

Я гляжу в окошко.

Бригадира не видать,

Полежу немножко[144].

Нетрудно заметить, что обе частушки репрезентируют драматическое самоощущение безличного (не так уж важно, известен ли автор частушки или нет) «человека из народа», а там, где есть насмешка, она жалобная (в частушках с обсценной лексикой этой насмешки нет, смех создает само существование данной лексики и обозначаемые ей элементы человеческой физиологии).

С. Б. Адоньева предлагает описать коммуникационный путь частушек следующим образом. С ее точки зрения говорящий частушку принимает на себя ролевую позицию «носителя общего мнения»[145] (мнения группы), в достаточной степени отражающую его социальное положение. Оглашая проблемную информацию (выраженную в частушечной форме), он «вынуждает публику либо к разделению того мнения, которое он возглашает, либо к ответной реплике, предполагающей перехват инициативы»[146]. Содержание частушки обращено к сообществу, к референтной группе рассказчика (неважно, является ли он автором частушки).

А.Л. Ульянченко в работе, посвященной частушкам в студенческой субкультуре, приводит нижеследующий текст. Очевидно, что его лирический герой – молодой человек, выступающий от имени студенческого «мы», эмоционально относится к «они»-группе тех, кто оказывает ему образовательные услуги. При более внимательном рассмотрении «они»-группой оказываются взрослые, а обобщенный студент желает самоутвердиться.

Лягу в деканате,

Чтоб нашли не сразу,

---

[144] Ташпеков Г.А. Жизнь крестьянства 30-х гг. в свете деревенских частушек // Социологические исследования. 2002. № 9. С. 111.

[145] Адоньева С.Б. Прагматика частушки // Антропологический форум, 2004. № 1. С. 176.

[146] Там же

Буду разлагаться,

Разносить заразу[147].

Жанр анекдота схож с частушкой массовым распространением (или, точнее, возможностью такого распространения) в пределах одного социокультурного слоя, который вовсе не обязательно является «мы»-группой, но имеет ряд общих пересекающихся представлений, способствующих пониманию анекдота. Согласно исследователям, анекдот современного типа – в противоположность историческому или литературному – обладает следующими существенными формальными признаками: является частью устной традиции[148], анонимен, лаконичен, стереотипен, не имеет канонического текста[149] – и обладает пуантом – «смеховым ядром, неожиданной и остроумной концовкой»[150].

С позиции рефлексии общественных отношений интересна черта стереотипности анекдотов, которая с нашей точки зрения вмещает в себя несколько аспектов. Прежде всего, ясность для широкой аудитории – иначе бы они не были элементом устной повседневной коммуникации. Из нее исходит знакомство аудитории с героями анекдотов и понимание тех ситуаций, в которые они попадают. Как утверждают Е.Я. Шмелева и А.Д. Шмелев, «современный городской анекдот характеризуется относительно постоянным набором возможных персонажей (около четырех-пяти десятков)»[151]. Это – представители народов и этнических меньшинств, политические деятели, герои телефильмов, а также такие герои как «муж, жена, любовник, начальник, секретарша, профессор, аспирант(ка), студент(ы), Вовочка, учительница, милиционер(ы), новый русский, прохожий» [Там же] Третий аспект – исходя из знания указанных персонажей, аудитории известны варианты их возможного поведения, а также те стереотипные черты, из проявления которых в конкретной ситуации и возникает комическое.

[147] Ульянченко А.Л. Бытование частушек в студенческой субкультуре [Электронный ресурс] // ScienceTime. 2014. №6 (6). Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/bytovanie-chastushek-v-studencheskoy-subkulture (дата обращения: 10.05.2016).

[148] Мельниченко М. Советский анекдот (Указатель сюжетов). М.: Новое литературное обозрение, 2014. С. 7.

[149] Манкевич И.А. Анекдот как феномен социальных коммуникаций // Вестник Омского Университета. 2005. №2. С. 94.

[150] Мельниченко М. Советский анекдот (Указатель сюжетов). М.: Новое литературное обозрение, 2014. С. 7.

[151] Шмелева Е.Я., Шмелев А.Д. Русский анекдот: текст и речевой жанр. М.: Языки славянской культуры, 2002. С. 23.

В каждую конкретную историческую эпоху наибольшую популярность обретают анекдоты из той или иной области общественной жизни: в СССР на первый план вышла «сильно политизированная традиция анекдота», анекдот на политические темы превратился в «едва ли не самый востребованный в СССР фольклорный жанр»[152], тогда как, по мнению И. А. Манкевича, теперь его место занял «анекдот эротический» (в широком смысле слова)[153]. Или же жанр попросту деполитизировался[154].

Будучи атрибутом городского фольклора и массового общества, выкристаллизовавшимся в особый жанр именно в российском обществе (во французском языке он обозначается словом histoire (история) или histoire amusante (забавная история), а в английском – словом joke (шутка)[155]), анекдот заслуживает рассмотрения, прежде всего, в компаративистском ключе (критерий сравнения – бытование тех или иных анекдотов в конкретные периоды). Но это сделать не так просто: М. Мельниченко, создавший тематическую антологию анекдотов советского периода, указывает на скудость источниковедческой базы – лишь небольшое количество источников можно обработать «с помощью статистических методов»[156]. В целом – согласимся с А.В. Дмитриевым и А.А. Сычевым – «цели анекдота как коммуникативного канала сложны и многообразны – от самозащиты личности до открытой словесной агрессии»[157].

Разнообразие можно проиллюстрировать примерами. Некоторые из них представляют собой насмешку над актуальной социально-политической жизнью. Например, советский анекдот зафиксированный в 1984 году: «Иностранец в Москве: «Не подскажете, где ближайший ночной бар?» - «В Копенгагене»»[158]. Он явно иллюстрирует ущербность форм досуга в условиях социалистической экономики, то есть анонимный сочинитель и аудитория анекдота отобразили форму –

---

[152] Мельниченко М. Советский анекдот (Указатель сюжетов). М.: Новое литературное обозрение, 2014. С. 10, 14.

[153] Манкевич И.А. Анекдот как феномен социальных коммуникаций // Вестник Омского Университета. 2005. №2. С. 94.

[154] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 259.

[155] Шмелева Е.Я., Шмелев А.Д. Русский анекдот: текст и речевой жанр. М.: Языки славянской культуры, 2002. С. 20.

[156] Мельниченко М. Советский анекдот (Указатель сюжетов). М.: Новое литературное обозрение, 2014. С. 22.

[157] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 259.

[158] Мельниченко М. Советский анекдот (Указатель сюжетов). М.: Новое литературное обозрение, 2014. С. 578.

нельзя сказать недовольства, но понимания неполноценности образа жизни своего общества по сравнению с теми, кого агитпроп объявлял противниками и конкурентами, жизни «мы»-группы по сравнению с жизнью «они»-группы.

Часта насмешка над конкретной политической персоной и его слабостями (о которых известно массовому сознанию): «Вчера в Кремле президент Российской Федерации Борис Николаевич Ельцин принял»[159]. Однако шутка, указывающая на пристрастие к спиртному главы государства, вовсе не означает острого недовольства им. Возможно, наоборот, это «делает своим» (пристрастие к алкоголю не является в такой же степени общественно порицаемым, как например, пристрастие к наркотикам) регулярно транслируемого посредством СМИ персонажа. В принципе этот анекдот может «жить» и после ухода из власти и смерти Бориса Ельцина – до тех пор, пока его роль в истории России активно дебатируется публично.

Анекдоты, посвященные собственно социальным отношениям, например, гендерным («Жена: «Почему на тебе женские трусы?». Муж: «Ты же такая умная, придумай что-нибудь сама»[160]) или относящимся к медицине («Из медицинского заключения: «Вскрытие показало, что смерть наступила в результате вскрытия»[161]), являются в большей степени вневременными, однако это постоянство, в общем-то, кажущееся. Например, в первом анекдоте явно эксплуатируется роль жены – главы семьи, из-под диктата которой пытается уйти ее непутевый супруг. Даже с учетом того, что анекдот наверняка более популярен в мужской среде, он должен иметь некие основания применительно к актуальному гендерному дискурсу. Всегда ли существует и будет существовать роль жены – главы семьи? Или, например, возможно ли изменение отношения к супружеской измене? Меняется ли женская подозрительность? Ответы на эти вопросы не столь однозначны.

В приведенном анекдоте на медицинскую тематику явно высмеиваются излишние бюрократические проволочки, навязанные медикам, и халатность докторов. Первый аспект смешнее докторам, второй – пациентам, то есть ряд анекдотов лабильны и могут по-разному восприниматься различными «мы» и «они». Раз-

[159] Разуваев В. В. Политический смех в современной России. М.: ГУ-ВШЭ, 2003. С. 226.
[160] Мельниченко М. Советский анекдот (Указатель сюжетов). М.: Новое литературное обозрение, 2014. С. 741.
[161] Там же. С. 710.

личный уровень бюрократизации работы доктора, различный уровень доверия докторам в различные эпохи, в различной местности, различными людьми, участвующими в трансляции анекдота: гипотез об отражательных и перцептивных свойствах того или иного анекдота – множество. Дело – в его тематической всеохватности, доступности каждому. Представляется, что популярность коротких устных историй именно в России говорит о недостаточности освещения в официальном дискурсе и в массовой коммуникации всей палитры позиций населения по общественно значимым вопросам.

Перейдем, однако, к более универсальным формам юмора – особенно интересна сатира, которую нередко юмору противопоставляют. Например, современный литературовед В.В. Полонский утверждает, что сатира принципиально отлична от юмора «безоговорочным неприятием своего предмета»[162]), однако мы солидарны с точкой зрения, высказанной литературоведом А.Я. Ливергантом, считающим сатиру разновидностью юмора[163], социологом И. А. Бутенко, полагающей юмор родовым понятием к сатире[164], и социологом А.В. Дмитриевым (в работе «Социология юмора. Очерки»[165]).

В отличие от описанных выше анекдота и частушки, сатира не представляет собой отдельного жанра, реализуясь «при помощи разных литературных форм и жанров»[166]. Ее основная содержательная особенность формулируется по-разному: «резкость обличения»[167], «отрицательное отношение к объекту изображения при … наличии положительного идеала»[168]. В любом случае, если заострять вопрос социологически, то сатира содержит в себе высмеивание иного, и смех, который продуцирует ее автор, уничижителен по отношению к той «они»-группе, к той инаковости, которую они представляют собой. Часто эта инаковость порочна по

[162] Полонский В.В. Сатира [Электронный ресурс] // Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия «Кругосвет». Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/literatura/SATIRA.html?page=0,0&7= (дата обращения 26.09.2015).
[163] Ливергант А.Я. О пользе смеха // Юмор и сатира Ирландии. (Как важно быть остроумным.). М.: Радуга, 1986.
[164] Бутенко И.А. Юмор как предмет социологии // Социологические исследования. М.,1997.№5. С. 135.
[165] Дмитриев А. В. Социология юмора: очерки. М.: Российская академия наук. Отделение философии, социологии, психологии и права, 1996. С. 1.
[166] Сатира // Литературная энциклопедия. Т. 10. М.: Художественная литература, 1937.
[167] Там же.
[168] Сатира // Литература и язык. Современная иллюстрированная энциклопедия. М.: Росмэн. 2006.

отношению к знанию здравого смысла, знанию, разделяемому всем обществом, поэтому считается, что сатира высмеивает общественные пороки[169]. Римляне говорили о социальной значимости сатирического изображения действительности: «Satira ridendo castigat mores» («Сатира, смеясь, исправляет нравы»).

Вообще, практики сатиры, преимущественно стихотворной, отличавшейся «сугубым реализмом, выразившимся в постоянном повышенном внимании авторов сатирических произведений к конкретному индивидуальному бытию, к повседневной жизни»[170], стали утверждаться в Риме во II веке до нашей эры. Гораций, Ювенал, Луцилий, Персий создавали стихотворные произведения на злобу дня. Создание это происходило на фоне кризиса республиканского режима в период утверждения сильной императорской власти. При этом аудитория сатир была социально однородной, близкой авторам. В дальнейшем жанр утверждался в различных формах – пьес, фельетонов, стихотворений, карикатур. Историко-культурологический обзор проявлений сатирического жанра представляется избыточным; уместно, однако, проследить логику отражения общественных отношений на конкретном литературном примере: «Золотом теленке» И. Ильфа и Е. Петрова. Роман относят к сатирическому жанру[171].

«Ровно в двенадцать часов Александр Иванович отодвинул в сторону контокоррентную книгу и приступил к завтраку. Он вынул из ящика заранее очищенную сырую репку и, чинно глядя вперед себя, съел ее. Потом он проглотил холодное яйцо всмятку. Холодные яйца всмятку - еда очень невкусная. И хороший веселый человек никогда их не станет есть. Но Александр Иванович не ел, а питался. Он не завтракал, а совершал физиологический процесс введения в организм должного количества жиров, углеводов и витаминов.

Все геркулесовцы увенчивали свой завтрак чаем; Александр Иванович выпил стакан белого кипятку вприкуску. Чай возбуждает излишнюю деятельность сердца, а Корейко дорожил своим здоровьем»[172].

---

[169] Сатира // Литературная энциклопедия. Т. 10. М.: Художественная литература, 1937.
[170] Разуваев В. В. Политический смех в современной России. М.: ГУ-ВШЭ, 2003. С. 6.
[171] Сатира // Литература и язык. Современная иллюстрированная энциклопедия. М.: Росмэн. 2006.
[172] Ильф И., Петров Е. Двенадцать стульев. Золотой теленок : повести, рассказы, фельетоны / И. Ильф, Е. Петров. –

Объектом сатиры советских литераторов является Александр Иванович Корейко – подпольный миллионер, классово чуждый. Непосредственно в приведенном отрывке высмеивается его тяга к правильному питанию и ипохондрия. Обобщенный житель советской России наверняка о подобных вещах и не задумывался, указанные атрибуты – атрибуты индивидуализма, а не коллективности. Но в иной среде, например, в современной России стремление питаться правильно не является инаковостью и вряд ли может быть подвергнуто сатирическому осмеянию. Равно как и страсть к накопительству. Впрочем, также смешна и душевная косность Корейко, а эта черта комична вне зависимости от эпох (об этом писал и Бергсон в эссе «Смех»: «смешным является машинальная косность там, где хотелось бы видеть предупредительную ловкость и живую гибкость человека»[173]).

Сатирические образы и произведения создаются и аудиовизуальными средствами. В них довольно красноречиво иллюстрируется разница между сатирой и фарсом, различающимися уровнями репрезентации действительности. Посредством фарса не происходит попытки обличения общественных нравов, а происходит веселый и непринужденный поиск комического в действительности. Текущее изображается в грубой и часто стереотипной форме. Одним из первых актеров-кинокомиков, обретших массовую популярность в самом начале XX века, стал француз Макс Линдер. В зарисовках, основным персонажем которых он являлся, он попадал в нелепые ситуации, которые имели определенный социальный контекст, то есть не сводились к «пинкам и побоям», но высмеивали скорее личные пороки, личную эксцентрику главного героя, чем общественные представления и нравы. Как писал известный кинокритик Андре Базен, «уроки Макса Линдера… были подхвачены в Голливуде»[174]. Наибольшего признания из американских последователей достиг комик Бастер Китон. По словам Эндрю Хортона, ранняя гол-

---

М.: Олма- Пресс: Звездный мир, 2003. С. 225.
[173] Бергсон А. Смех. М.: Искусство, 1992. С. 14.
[174] Базен, А. Что такое кино? М.,1972. С. 69.

ливудская комедия была «последовательностью словесных шуток и насмешек скорее, чем выстроенным нарративом[175].

Социально-критический аспект американской комедии придал Чарли Чаплин – режиссер и антагонист собственных картин. Визуально он так же, как Линдер и Китон попадал в нелепые ситуации, и этим вызывал смеховую реакцию, но контекст был исключительно сатирический. Например, в фильме «Новые времена» Чаплин исполняет роль рабочего, вынужденного в условиях нового индустриального общества подолгу выполнять однообразные движения на конвейере, подчиняться сумасбродству хозяев и становиться жертвой полицейских.

На фоне фарсовых жанров со свойственными им элементами грубости и непристойности сатира представляет собой более высокий уровень отображения социальных отношений, однако зачастую в жанрах, предполагающих по своим особенностям сатирическое изображение социальной реальности, используется фарс. Как можно это исследовать социологически? Данный вопрос поднимается в статье «Комедийные зарисовки на ТВ (скетч-шоу): социологический подход к исследованию»[176]. Автор предлагает использовать контент-анализ социальных подструктур, изображаемых в комедийных зарисовках на телевидении (социально-классовой, социально-профессиональной, различных аспектов социально-демографической структуры – пол, возраст, национальность), который позволит выявить предвзятое и тенденциозное изображение тех или иных групп, а также нарочитое упрощение общественных отношений, проявляемое в демонстрации таких качеств как сексуальность и агрессия в противоположность более сложным социокультурным феноменам. Данный анализ, однако, не раскрывает латентного содержания, подтекста предлагаемой аудиовизуальной картины.

Добавим, что в современных аудиовизуальных продуктах сатира часто пересекается с фарсом. Например, британский телесериал о мистере Бине, переросший в серию художественных фильмов. Комичным, в данном случае, могут считаться как проделки героя (элемент фарса), так и социальные ситуации – напри-

[175] Horton, A. Comedy/cinema/theory. A. Horton. Los Angeles and Berkeley, 1991.
[176] Мельников С.С. Комедийные зарисовки на ТВ (скетч-шоу): социологический подход к исследованию // Вестник экономики, права и социологии. 2014. № 1.

мер, очередь в больничный кабинет из 75 человек или невозможность королевского гвардейца проявить чувства, находясь на посту. Элемент сатиры заключается в том, что откровенный и наглый мистер Бин противостоит подобным проявлениям своими действиями, раскрывая абсурдность социальных условностей.

Даже то небольшое число рассмотренных форм комического – частушка, анекдот, сатира – позволяют утверждать о разнообразном характере и степени общественной рефлексивности юмора. Безусловно, все они описывают ситуацию из актуальной социальной реальности либо потенциально возможной реальности, развертывание которой в ходе изложения нарратива не вызывает удивления, и во всех них «мы»-группы так или иначе формулируют представление об «они»-группах (это не закономерность, характерная для всех образцов, а тенденция). Отображение посредством частушки наименее рационально, предполагает элемент игры, вместе с тем оно и наиболее субъективно, так как зачастую напрямую связано с жизненной ситуацией автора частушки (нам неизвестного).

В анекдоте же рефлексия происходит без субъекта, в нем транслируется узнанный им нарратив, в котором исключительно важен объект. Анекдот, как и частушка, является микрогрупповым жанром и, как правило, распространяется внутри «мы»-группы, причем объектом смеха вовсе не обязательно являются представители «они»-групп (например, в т.н. «еврейском юморе»).

В сатире же деление на «мы» и «они» выражено более ярко, правда, разделение зачастую не является антагонистичным – сатирик выполняет роль лекаря либо порицателя по отношению к входящим с ним в одну и ту же социальную единицу индивидам. Смысловая усложненность сатиры является критерием скорее эстетическим, для нас более существенным представляется ее авторский характер и принадлежность к популярной культуре. Указанные два атрибута мы намерены применить и к карикатуре, являющейся непосредственным объектом исследования. Однако эти атрибуты она обрела только с наступлением индустриального модерна. Сначала же хотелось бы обозреть общественную рефлексию посредством карикатуры до ее институционализации в современном обществе (пока целенаправленно не касаясь политических отношений).

§3.Политическая карикатура как институт современного общества

Русскоязычный термин «карикатура» происходит от итальянского «caricare», что означает «перегружать, подчеркивать, преувеличивать, искажать»[177]. Происхождение термина не должно сбивать с толку: именно в подчеркнутом искажении реальности посредством художественного образа и заключается суть карикатуры, что мы видим в ее определениях, данных различными исследователями.

Современный карикатурист и историк карикатуры Д. Н. Москин определяет предмет своего исследования следующим образом: «Карикатура – это произведение или отдельный художественный образ, в котором в юмористической или сатирической форме *преувеличиваются характерные особенности,* чаще отрицательные, а иногда и положительные как у отдельного человека, так и у общества или явления с целью их осмеяния или возвеличивания»[178]. За 100 лет до него А.В. Швыров и С.С. Трубачев писали, что «карикатурой может быть названо всякое изображение, в котором *нарушены естественные гармония и равновесие*, а вместо этого *особенно сильно выдвинута одна из частей в ущерб всему остальному*»[179]. Фрейд указывал, что «*карикатура*, как известно, *унижает, выхватывает* из совокупного впечатления о выдающемся объекте *одну единственную черту*… Благодаря ее изолированию достигается комический эффект, который в нашем воспоминании распространяется на все в целом»[180].

Советский искусствовед Б.Р. Виппер основным средством карикатуры считал «одностороннее преувеличение или подчеркивание», причем «непременно в сторону уродства, безобразия, низости и непременно с насмешкой»[181]. Указанное искажение, по форме своей являющееся сугубо изобразительным, по содержанию имеет социальную интенцию, так как два другие средства или, скорее, сущностные черты карикатуры, также определенные Б.Р. Виппером, представляют собой

[177] Виппер Б. Р. Статьи об искусстве. М.: Искусство, 1970.
[178] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 6.
[179] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 3.
[180] Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному. СПб.: Азбука-классика, 2007. С. 270.
[181] Виппер Б. Р. Статьи об искусстве. М.: Искусство, 1970.

«нарушение естественности, но до известной границы» и «наличие родства, сходства с человеком», даже если на ней изображен и не человек. Иными словами, художественные образы карикатуры непременно должны иметь эмпирических референтов и эти референты – люди: конкретные личности либо обобщенные представители социальных групп и иных коллективных общностей (достаточно намека на них, физическое изображение не обязательно).

Помимо искажения и наличия эмпирического референта в социальном мире, карикатура представляет собой сочетание невербальных, визуальных (обязательно) и вербальных (зачастую) компонентов, что в семиотике и лингвистике называют «креолизованным текстом»[182], причем вербальный и визуальный компоненты являются «целостными и связными»[183]. Голиков и Рыбаченок, в дополнение к написанному выше, считают важными признаками карикатуры «теснейшую связь со своим временем – актуальность», «способность говорить на понятном для современников «языке улицы», а также «пренебрежение запретными темами, игнорирование рангов, чинов, званий и прочих социальных градаций»[184].

Мы склонны полагать, вслед за исследователем и художником Д.Н. Москиным, что карикатура объемлет все жанры и подвиды статично-изобразительного юмора. Д.Н. Москин определяет карикатуру как родовое понятие для всех видов статично-изобразительного искусства, включая в него политико-религиозно-общественную сатиру (куда частично входит и объект диссертационного исследования), сатирико-юмористический (шуточный) рисунок, безобидный (шуточный) рисунок, комические истории в картинках, которые вмещают в себя комический стрип («небольшие рассказы из серий картинок без слов») и рисованный мультфильм[185].

Из специфических подвидов карикатуры, субъективно воспринимаемых как нечто самостоятельное, Москин выделяет шарж, коллаж и фотомонтаж[186]. Мы

---

[182] Воронина О. А. Карикатура как вид креолизованного текстаю In: Вестник ЦМО МГУ. 2009. №2. С. 14.
[183] Там же. С. 16.
[184] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 15.
[185] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 10, 127.
[186] Там же.

также будем считать их равнозначными «неспецифичным» карикатурам. Родственным карикатуре жанром является комикс – «серии рисунков с подписями»[187], традиционно считающийся жанром, характерным скорее для западной культуры; «истинный расцвет газетных рисунков и комиксов, отделившихся от газеты в отдельные издания, последовал на американской земле»[188].

Отметим, что сложность в интерпретации понятий, относящихся к шуточным изображениям, существует не только в русском языке. В английском языке карикатура чаще всего переводится как «cartoon», при том, что и понятие «caricature» также используется. При этом под словом «cartoon» понимается также и анимация, мультипликация, которая «часто воспринимается как ожившая карикатура»[189].

Английскому «caricature» соответствует шарж, который, как мы описали выше, является разновидностью карикатуры. Социальный психолог С. Бреннан определяла «caricature» как «графическое кодирование черт лица, которое парадоксальным образом старается выглядеть еще более похожим на лицо само по себе. Это усиливает восприятие значимой информации, при этом менее важные детали игнорируются. Итоговое искажение соотносится с тем, как зритель воспринимает уникальность конкретного лица»[190].

Согласно ее коллеге Дж. Роудс, цель «caricature» - «изобразить конкретного человека» и «это лишь одно из средств карикатуры (cartoons)»[191]. В статье «Насколько карикатуристы особые?» английского исследователя масс-медиа Колина Сеймур-Уре приводится следующая интерпретация различий между понятиями: «cartoon» иллюстрирует «политическую или социальную идею»[192], а «caricature» в большей степени связан с изображаемой персоналией. Следовательно, карикатуру мы переводим как «cartoon», а шарж как «caricature».

---

[187] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 126.
[188] Там же.
[189] Там же. С. 134.
[190] Brennan, S.E. The caricature generator // Leonardo. 1985. №18. P. 170
[191] Rhodes, G. Superportraits: Caricatures and Recognition. Psychology Press, UK, 1996. P. 15.
[192] Seymour-Ure, C. How special are Cartoonists? Anon., Getting Them in Line, 1975. University of Kent at Canterbury: Center for the Study of Cartoons and Caricature. P. 15.

Внятной информации об этой коллизии в русскоязычной литературе еще не было. Изучение конкретных жанров, включая карикатуру, происходило разве что в рамках монографий, и, несмотря на содержательность, было довольно ограниченным[193]. Впрочем, и для западной исследовательской социологической традиции карикатура также нечасто была желательным объектом. В единственном монографическом труде, полностью посвященном социологии карикатур – Гэйл Дайнз-Леви «К исследованию в области социологии карикатур»[194] – отмечалось, что «по сравнению с другими формами массовой коммуникации карикатуры привлекали к себе скудное внимание (академических исследователей – **прим. авт.**) и «когда карикатуры все же исследовались, их теоретический анализ не был глубок»[195].

Рефлексивность карикатуры, однако, проблематизирована: Голикова и Рыбаченок в послесловии к работе «Политическая карикатура на рубеже XIX-XX веков» считают объект исследования «своеобразным «зеркалом», отчетливо отражающим реалии своего времени», причем в каждом конкретном случае каждое зеркало имеет «известный коэффициент искривления»[196]. Мысли историков карикатуры в целом соответствуют избранной нами концепции рефлексии или репрезентации социальных отношений (в широком смысле) посредством духовных. Правда, искривление они объясняют лишь «национальной принадлежностью художника»[197]. На самом деле факторов значительно больше, и для каждой конкретной карикатуры они «свои». И искривление не всегда имеет отрицательный смысл и часто напрямую не касается основного сообщения карикатуры.

При акцентировании внимания на содержательных сторонах карикатуры, существует риск упустить из виду ее формальную сторону: так, исследуемая нами карикатура относится к графической или визуальной культуре. Это подразумевает

---

[193] См. Дмитриев А. В. Социология политического юмора: очерки. М.: РОССПЭН, 1998. Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005.

[194] Dines-Levy, G. Towards a Sociological Investigation with Special Reference to „Playboy“ Sex Cartoons – Dissertation Abstracts International, 1992.

[195] Там же. С. 7.

[196] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 295.

[197] Там же.

совершенно иной характер ее создания и восприятия, кардинально отличный от письменных юмористических жанров таких как фельетон, эпиграмма, басня; от преимущественно устных жанров таких как анекдот и от тиражируемых аудиовизуальных жанров таких как «авторские передачи, скетч-шоу (комедийные зарисовки), ситком (ситуационная комедия), стендап (выступление перед живой аудиторией)»[198]. Тем не менее, разница между карикатурой и сугубо словесными жанрами не так уж и велика.

Статичные визуальные образы исторически первичны по отношению к письменному слову и движущемуся изображению: недаром, первобытный человек отражал важные элементы своей жизни в наскальных рисунках, «визуальные формы стали воплощением первых представлений о красоте, гармонии, устройстве мира»[199]. Впоследствии в каждой культуре изображение стало играть особую роль, занимать особое место в миросозерцании и миропонимании индивида. В христианской культуре визуальное начало находилось в подчиненном положению по отношению к слову, выражавшему всю полноту божественного новозаветного откровения. Римско-католическая и православная традиция иконописи, по большому счету, духовно и событийно отражали библейские сюжеты. Как писал С.М. Даниэль, в эпоху Средневековья изображение истолковывалось как «посредник на пути от зримого к незримому»[200]. Икона и художественные произведения Средневековья фактически представляли собой «рассказ, в котором слова заменены изобразительными знаками, а фразы — условно изображенными сценами»[201], недаром, целый ряд христианских святых указывали на то, что икона для неграмотного человека есть способ узнать и познать то, что они не могут прочесть в рукописях[202]. Восприятие икон как текста сформировало определенный тип отношения к изображению во всей католической и православной культуре. Изображение нуж-

---

[198] Мельников С.С. Комедийные зарисовки на ТВ (скетч-шоу): социологический подход к исследованию // Вестник экономики, права и социологии. 2014. № 1. С. 156.

[199] Земцова Я. М. Визуальный образ в историческом контексте [Электронный ресурс] // Вестник ВолГУ. Сер. 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2012. №2. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/vizualnyy-obraz-v-istoricheskom-kontekste (дата обращения: 03.05.2016).

[200] Даниэль С.М. Искусство видеть. Л.: Искусство, 1990. С. 33.

[201] Там же. С. 34.

[202] Даниэль С.М. Искусство видеть. Л.: Искусство, 1990. С. 35.

но «прочитать», и это не могло не сказаться и на восприятии карикатуры, в котором поиск смысла первичнее и существеннее смеха либо получения эстетического удовлетворения. И карикатуры «читают» – имеется даже такая идиома; статичное юмористическое изображение «всегда озадачивает читателя, так как первоначально ее смысл полностью практически не ясен»[203].

Художники-карикатуристы в своих аналитических трудах подтверждают смысловую первичность карикатурного изображения по отношению к формальной: содержание важнее «фасадного образования», остроумные образы, возникающие по «тем же законам, что и словесные остроты» лишь впоследствии превращаются «в рисунки, графические листы». Косвенно это обосновывается и тем, что «при схожих «смысловых содержаниях» художники вольны использовать различные техники воплощения карикатур»[204].

Однако при схожести генезиса перцепция визуального значительно отличается от перцепции текстового. Значимость карикатуры – в том, что человек запоминает и воспроизводит визуальные сигналы быстрее, чем текстовые, что получило наименование «эффекта превосходства образа»[205]. Как пишет молекулярный биолог Дж. Медина, текстовое и устное изложение «на порядок менее эффективны», чем визуальный ряд: спустя 72 часа после знакомства с данными в устной форме человек запоминает около 10 процентов из них, а в случае с визуализированными данными – около 65 процентов[206].

Потенциально карикатура более эффективна по сравнению с устными и тестовыми жанрами (и можно предположить, что карикатура, включающая в себя надпись, еще более эффективна), однако ее рецепция менее глубока, так как, согласно канадскому психологу А. Паивио, вербальная система нашей памяти «лучше приспособлена для обработки последовательностей абстрактных символов во времени»[207], то есть при слабости мгновенного восприятия, интерпретация

---

[203] Иванюшкин А.А. Политический юмор как фактор взаимодействия общества и власти: дис. на соиск. кан. полит. наук. Москва, 2006. С. 45.
[204] Казаневский В.А. Искусство современной карикатуры. Киев: Альтерпрес, 2004. С. 68.
[205] Медина Дж. Правила мозга. Что стоит знать о мозге вам и вашим детям. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. С. 240.
[206] Там же. С. 241.
[207] Величковский Б. М. Когнитивная наука: Основы психологии познания. В 2 т. Т. 1. М.: Издательский центр «Ака-

в будущем словесной информации, после знакомства с ней, более вероятна, чем интерпретация визуальной. Перцепция карикатуры является особенной, и с социально-психологической точки зрения она небезынтересна – карикатуру мы рассматриваем, как правило, в одиночестве, будь то СМИ, экран монитора или висящий в публичном месте плакат. И редко когда карикатура вызывает громкий смех, разве что улыбку. Особенности восприятия карикатур загадочны, какие-либо релевантные выводы возможны лишь после фокус-групп или применения методов визуальной социологии. Несомненны лишь развлекательный и познавательный компонент ее перцепции, связанные с процедурой понимания.

Говоря о всеохватности карикатуры, мы не можем ограничить ее бытование какими-либо временными рамками, однако отметим еще раз, что исследовательский интерес вызывает карикатура, относящаяся к популярной культуре. Та, что принадлежит «домодерному» периоду, относится к народной культуре и не вполне соответствует приведенным выше конвенциональным определениям карикатуры в части эксплицированного самим автором осознанного преувеличения какого-либо качества изображаемого объекта. Также домодерная карикатура не являлась политической по своему характеру из-за ничтожной степени проникновения духовных отношений в политические, однако обзор «дополитической» карикатуры в западной культуре представляется нам значимым. Ведь любая опубликованная карикатура есть момент намеренного выступления, гражданского акта со стороны создателя, а для аудитории – момент не отягощенного познания, которое, однако, не сводится к механической рецепции, а, значит, способствует созданию новых смыслов. Последнее происходит не всегда, и мы склонны даже сказать – нечасто. Согласимся с В.М. Розиным: «визуальный ряд, вероятно, лишь … закрепляет в сознании … большой объем вербального и понятийного материала, который человек уже получил и освоил»[208].

Применительно к карикатуре – подпись либо, в случае бессловесных карикатур, расположение рядом (например, на газетной полосе) иных объектов спо-

---

демия», 2006. С. 392.

[208] Розин В.М. Визуальная культура и восприятие: как человек видит и понимает мир. М.: ЛЕНАНД, 2016. С. 26.

собны многое уточнить в ее смысле и содержании. Визуальная же составляющая, предположим мы, способствует большему эмоциональному вовлечению и, как было сказано выше, долгосрочному запоминанию. Повторим, однако, что нас интересует часть визуальной составляющей, недоступная ординарной рецепции.

Отечественные исследователи, пишущие об истории карикатуры, нередко начинают вести ее хронику с Древнего Египта. Из тех изображений, которые, вероятнее всего, карикатурами являются, можно отметить их общую нацеленность на осмеяние нравов, невзирая на статус, то есть протосатирический характер. Самой первой карикатурой, однако, ряд исследователей юмора считают египетское изображение льва, обыгрывающего антилопу в шахматы. Карикатура эта вроде бы политическая. Под львом обычно подразумевают короля Рамзеса III. Так, Д. Москин интерпретирует данную карикатуру как «положительную», в которой левфараон Рамзес III«выигрывает в шашки» у придворного-антилопы мешок с золотом[209]. А.В. Швыров и С.С. Трубачев в своем труде, посвященном карикатуре, делают вывод о том, что данное изображение действительно возвеличивает Рамзеса: карикатурные изображения фараонов были Египту не свойственны, так как «простой смертный» не мог «осмеивать деяния потомка богов или его приближенных»[210].

А.В. Дмитриев подразумевает, что данный рисунок есть одна из первых известных нам карикатур, и описывает ее так: «Фараон сидит напротив антилопы за шашечным столом и, явно выигрывая, всем своим видом выражает торжество, самоуверенность и азарт»[211]. Пишет о рисунке в схожем контексте и В. Казаневский[212]. Однако, как отмечает современный карикатурист Андрей Фельдштейн, выделение данного рисунка как знакового для истории карикатур, достаточно сомнительно. Художник утверждает, что первым в качестве древнейшей карикатуры льва и антилопу упомянул Жюль Флери, «написавший в 1866 году свою Исто-

[209]Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 9.
[210] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 8.
[211] Дмитриев А. В. Социология политического юмора: очерки.М.: РОССПЭН, 1998. С. 67.
[212] Казаневский В.А. Искусство современной карикатуры. Киев: Альтерпрес, 2004. С. 127.

рию Античной Карикатуры»[213], после чего эту информацию восприняли А.В. Швыров и С.С. Трубачев. Фельдштейн утверждает, что допущение Флери произвольно, так как: 1) дата написания карикатуры и годы правления Рамзеса III не совпадают; 2) рисунок является частью большего изображения, заполненного разнообразными животными; 3) львы в Египте никогда не были символом власти, однако в Европе XIX века, где жил Флери, были.

Как пишет Дж. Партон, именно в Египте зародилась традиция иносказательно изображать людей в виде животных[214]. Также он приводит в своей антологии найденную в Египте картинку, где лиса передает льву гуся и веер. Символическая связь с людьми ясна – в изображении представлены отношения власти (фараон или вельможа либо вельможа и его подданный), однако неясно имелась ли у автора комическая интенция.

Более прозрачная ситуация с протосатирическими карикатурами. Они связаны с изображениями употребления вина, пива и иных алкогольных напитков – наиболее выразительной из приводимых в каталоге Партона карикатур, на взгляд соискателя, является та, которую он назвал «Резервуар принесли слишком поздно». На ней изображена знатная женщина, из уст которой выходит вино, а ее помощница не успевает принести необходимый резервуар. Изобразительная рефлексия о пороке, пусть и материализованная в качестве элемента гробницы, наверняка отражает критическое отношение к нему и является предтечей социальной сатиры. Но предполагаемые карикатуры Древнего Египта не стали своеобразным явлением, выделяемым среди других образцов народной культуры.

Карикатура в Древней Греции следовала сатирической и пародийной линии, однако не была столь значимой, как другие комические направления. В Древней Греции, как пишут Дмитриев и Сычев, помимо народной линии смеховой культуры появилась и «индивидуальная, определяющая новые тенденции в развитии общества»[215].

[213] Фельдштейн А. Первая карикатура [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.cartoonia.ru/ru/biblioteka-library/teoriya-theory?quicktabs_2=1(дата обращения: 02.03.2016).
[214] Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877. P. 33.
[215] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 21.

Само возникновение жанра комедии как художественного произведения, характеризуемого юмористическим или сатирическим отражением действительности, относят к VI веку до нашей эры; пионером в данной области считается Аристофан. При этом преувеличивать остросоциальную направленность комедии не стоит: по мнению культурологов, в эстетическом плане смех, вызываемый античной комедией, «носил бранный и эротический характер»[216]. Нередко он был нацелен на богов, которые изображались в театре как «жадные, прожорливые или сексуально несдержанные»[217].

То же и с карикатурой: обозревая древнегреческую карикатуру как Партон, так и Швыров с Трубачевым, сходятся в том, что боги и герои были основными объектами юмористических изображений, дошедших до нас[218]. Принципиально возможность их изображения объясняется тем, что в восприятии греков античные боги «ведут себя как обыкновенные смертные: борются за власть, ссорятся, соблазняют женщин»[219] и т.д.

Примером может служить картинка на вазе, которую Партон называет карикатурой на Дельфийского оракула: нелицеприятного вида Аполлон тащит грузного, старого кентавра Хирона к прорицалищу, а позади Хирона подталкивает неизвестный[220]. Комедийная и карикатурная насмешки, однако, не являются бунтом против существующего порядка вещей – речь здесь идет скорее о «катарсисе». Таким образом «накопившиеся вопросы и проблемы, сомнения и страхи, связанные с религиозной стороной жизни индивида и общества»[221] как бы выплескиваются в театральных представлениях и – существенно реже – в карикатурах. Объяснение этого и в том, что комедийные представления ставились в Афинах во

---

[216] Лосев, А.Ф. А.А. Античная литература. М.: Просвещение, 1986. С. 149.

[217] Чепель А. Театр и религия: как греки смеялись над богами [Электронный ресурс] // ПОЛИТ.РУ 2015. Режим доступа: http://polit.ru/article/2015/05/03/ps_comedy/ (дата обращения: 09.03.2016).

[218] Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877. P. 29. Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 9.

[219] Розин В.М. Визуальная культура и восприятие: как человек видит и понимает мир. М.: ЛЕНАНД, 2016. С. 119.

[220] Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877. P. 30.

[221] Чепель, А. Театр и религия: как греки смеялись над богами [Электронный ресурс] // ПОЛИТ.РУ 2015. Режим доступа: http://polit.ru/article/2015/05/03/ps_comedy/ (дата обращения: 09.03.2016).

время дионисийских праздников[222], были частью ритуала, в котором праздничное, игровое пространство на определенный срок отгораживалось от повседневного[223]

В Древнем Риме карикатура также не была в числе наиболее заметных юмористических образцов: так, Партон, говоря о смехе в Древнем Риме, значительное внимание уделяет сатурналиям – народным празднествам с элементами комического, упомянутым выше сатирам, но не изображениям[224]. Приводятся лишь примеры комических изображений с городских стен, для интерпретации которых необходимо четкое понимание контекста и изображения на вазах – как в случае с Грецией – это герои и боги. Карикатуры как жанра не было, и, вообще, как отмечает историк искусства Х-В. Янсон, наши знания именно о римской живописи «ничтожно малы», а большинство образцов было обнаружено при раскопках поселений, погибших при извержении Везувия в 79 г. н.э.[225]

Дальнейшее развитие европейской цивилизации тесно связано с христианством, в канонах которого и культуре из него проистекающей «смех и грех представлялись примерно одинаковым злом»[226]. «Христос никогда не смеялся», именно поэтому карикатура как произведение искусства на заре нового тысячелетия была невозможна. Как справедливо упоминает М. Биллиг, «по крайней мере, до Эразма Роттердамского христианские теологи были убеждены в том, что Бог предпочитает, чтобы его создания были серьезны умственно и дисциплинированны телесно»[227]. Это оказывало влияние и на художественный дискурс, который стал детерминирован учением Иисуса Христа и апостолов.

Однако в последующие годы именно христианство с его строгим разделением доброго и злого стало триггером, вновь воззвавшим к жизни карикатурные произведения, многие из которых были элементом оформления соборов, но не должны были там находиться согласно канонам. Например, демоны в оформле-

---

[222] Чепель, А. Театр и религия: как греки смеялись над богами [Электронный ресурс] // ПОЛИТ.РУ 2015. Режим доступа: http://polit.ru/article/2015/05/03/ps_comedy/ (дата обращения: 09.03.2016).
[223] Михайлин В. Дионисова борода: природа и эволюция древнегреческого пиршественного пространства / В. Михайлин // Тропа звериных слов: пространственно ориентированные культурные коды в индоевропейской традиции. М.: Радуга, 1986. С. 276.
[224] Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877. P. 29.
[225] Янсон Х.В., Янсон, Э.Ф. Основы истории искусств. СПб.: АОЗТ "Икар", 1996. С. 104.
[226] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 39-40.
[227] Billig, M. Laughter and ridicule: towards a social critique of humour. SAGE Publications Ltd., UK, 2005. P. 48.

нии Собора Парижской Богоматери, относящиеся к XII веку[228] или черти, едущие в ад на красивых женщинах в декорации одной из немецких церквей[229]. Дж. Партон, однако, не склонен полагать подобное оформление традицией, считая это во многих случаях удачным продвижением продукции фламандских резчиков, активно передвигавшихся по Европе XII–XIII веков[230]. Но карикатура на нечистую силу существовала и рисованная – например, на миниатюрах в Библии[231].

Помимо атаки дьявола смехом более осторожными и более метафорическими (в дореформационную эпоху) были рисованные насмешки над духовенством, выливавшиеся, например, в изображения лисицы, которая, находясь на возвышении, читает проповедь уткам и гусям[232]. Подобное изображение можно найти на соборном портале в Брауншвейге, на хорах в Висмаре, под алтарем в Любеке, в других французских и немецких церквях[233]. Тем не менее, обличение дьявола смехом и некоторую насмешку над духовенством следует оценивать как закрепление существующей религиозной системы и существующих социальных отношений в результате проникновения народной культуры в высокую культуру, в храм этой высокой культуры. Народная же смеховая стихия Средневековья – крайне любопытный феномен, описанный в нескольких монографиях и по преимуществу являвшийся частью устной культуры. Эта стихия еще не осознана своими носителями в границах некой, пусть воображаемой «мы»-группы.

Объяснение сущности этой стихии мы находим у социолога Э. Зейдервельда, объектом крупного исследования которого являлся не юмор как таковой, а «традиционная глупость» (folly) или «безумие»[234]. Зейдервельд задумался об исследовании после общения с современником, которого он называет «подлинным безумцем»[235], который, на взгляд человека индустриального модерна, регулярно

[228] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903.
[229] Там же. С. 13.
[230] Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877. P. 48.
[231] Там же. С. 14.
[232] Там же. С. 17.
[233] Там же.
[234] Zijderveld, A. Reality in a Looking-Glass: Rationality Through an Analysis of Traditional Folly. London and Boston: Routledge&Kegan Paul, 1982.
[235] Там же, vii.

совершал комические действия: передразнивал, прятал вещи, громко причитал, но делал это без злого умысла, а в силу психических особенностей. Вместо того чтобы объявить эти действия иррациональными и перестать обращать на них внимание, Зейдервельд указывает, что безумец – есть особый тип мировоззрения, которое было распространено в традиционном обществе и не казалось отклонением, как это представляется сегодня.

Так, в Европе расцвет «традиционной глупости» пришелся на XVI век, когда она начала «институционализироваться и профессионализироваться» до невиданной доселе степени[236]. Например, глупость стала профессиональной с появлением института придворного шута. При этом исследуемое мировоззрение Зейдервельд считает социокультурным антиподом современной рациональности, признавая, однако, что в современном обществе сохранились профессии и роли, которым свойственна традиционная глупость – например, «клоун в цирке, комик, душевнобольной»[237]. То есть комическое – это своеобразный поведенческий код и своеобразный тип рациональности, отличной от современной.

В XVI веке – расцвета придворного шутовства – жил и Франсуа Рабле, чье творчество стало предметом исследования М.М. Бахтина «Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса»[238]. Согласно Бахтину, роман «Гаргантюа и Пантагрюэль» отразил «необозримый мир смеховых форм и проявлений», противостоя при этом «официальной и серьезной (по своему тону) культуре церковного и феодального средневековья»[239]. Мир этот реализовывался в нескольких формах – карнавала и площадных смеховых действий, словесных произведений на различных языках, в том числе пародий, фамильярно-площадной речи[240]. Подобный смех отражал традиционное синкретическое мировосприятие средневекового обывателя. Между тем, выражение карнавальной культуры в литературе во многом обозначает ее распад и процесс перехода от магического кар-

[236] Zijderveld, A. Reality in a Looking-Glass: Rationality Through an Analysis of Traditional Folly. London and Boston: Routledge&Kegan Paul, 1982. С. 23.
[237] Там же, с. 6.
[238] Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культурасредневековья и Ренессанса. 2 изд. М.: Художественная литература, 1990.
[239] Там же, с. 3.
[240] Там же.

навального ритуала и непосредственности повседневных речей к «сатирической насмешке, вторичной «пародии ради пародии» и издевательству»[241]. Это уже вполне рациональные проявления смеха, относящиеся скорее к индустриальному модерну. Но обратимся вновь к карикатурам: как пишут Швыров и Трубачев, иллюстрировать фантазию Рабле было чрезвычайно трудно[242], а мастерам Возрождения тотальность его насмешки была чужда. Недаром, признающиеся сегодня классическими иллюстрации романа выполнены художниками более поздних эпох – Гюставом Доре и Оноре Домье[243].

Помимо церковного и народного направления карикатуры в Средневековье следует выделить и зачатки гуманистической карикатуры, появившиеся в эпоху Ренессанса. Ее принципиальная возможность обусловлена вновь возникающими представлениями о красоте и уродстве, с содержательной точки зрения выразившихся в создании «нового живописного тематизма и художественной реальности», с формальной – в изобретении «прямой перспективы»[244]. Швыров и Трубачев приводят немалое число карикатур, обличающих обжорство, чрезмерное внимание к своей внешности, сексуальную распущенность, эмансипацию – и другие порочные либо противоречащие традиции феномены. Примечательна, например, карикатура неизвестного автора «Битва женщин из-за штанов»[245], высмеивающая моду на мужской гардероб.

Важно, что анонимная карикатура с приходом Ренессанса все чаще заменялась авторской – художественные произведения все чаще выходили «за подписью творца»[246]. Известны шаржи на римских пап, написанные классиками эпохи Возрождения Леонардо и Микеланджело. Карикатура с подписью – это уже переход из народной культуры в популярную или – выразимся мягче – в национальную. Однако карикатура Ренессанса не была политической. Политизация карикатуры

[241] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 49.
[242] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 20.
[243] Исагулов Н.И. История плагиата, или О коровах и искусстве. CreateSpace, 2013. С. 62.
[244] Розин, В.М. Визуальная культура и восприятие: как человек видит и понимает мир. М.: ЛЕНАНД, 2016. С. 152.
[245] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 31.
[246] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 22.

не связана с культурным взрывом Возрождения, а связана с общественно-политическими и религиозными переменами, которые отразились в Реформации.

Именно с Реформации следует начинать историю политической карикатуры, несмотря на то, что ее основные события имели религиозную подоплеку. Само движение, однако, было одновременно и религиозным, и общественно-политическим. В нем соединились «антифеодальные мотивы политического, экономического и собственно мировоззренческого характера»[247]. Карикатура Реформации была политической в том смысле, что в отсутствие национальных государств католическое папство обладало известной степенью политического могущества и любые организованные действия против него – уже борьба за власть: когда политические институты не дифференцированы, религия образует не только символическую, но и собственно политическую власть.

В обличении католицизма роль карикатуры была довольно значительной, хотя и меньшей, чем у письменных жанров. «Нападайте на антихристово племя не только словами, но и рисунками»[248], – говорил Мартин Лютер. Из-за недостаточного уровня грамотности памфлеты были доступны не всем, карикатуры же были более постижимыми. Недаром распространявшиеся на немецких ярмарках «летучие листки» с информацией о текущих общественно-политических событиях сопровождались иллюстрациями, а конкретно те, что печатались сторонниками Лютера, сопровождались незатейливыми карикатурами.

Пример одной из них дан в работе Швырова и Трубачева[249]. По центру папа Римский (его можно узнать по подобию тиары на голове) в образе козла плетет сеть. По краям кардиналы (они узнаются по шляпам галеро) – также в образе неприятных живых существ – подносят папе гусей и бусы. Гуси же бегают под сетью. Это – «народ», угнетаемый поборами духовенства, к которому и взывал Лютер. Карикатуры на «летучих листках» отражали представление деятелей Реформации о существующей социальной иерархии, были понятны и просты для рецеп-

[247] Жукоцкий В.Д. Жукоцкая З.Р. Реформация как универсалия культуры // Русская Реформация XX века:статьи по культурософии советизма. М.: Новый хронограф, 2008. С. 4.
[248] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 37.
[249] Там же.

ции. Их явная цель – пропагандистское воздействие. Параллельно использовались и другие методы – карикатура «Папский осел в Риме» с изображением чудовища с головой осла появилась после того, как в обществе возник слух о том, что подобное чудовище выбросило волнами на Тибр[250]. Молниеносно отзываясь на слух как на способ коммуникации, подобные карикатуры были эффективным инструментом борьбы.

В период Ренессанса, хронологически соположенный Реформации и в некоторой мере являвшийся ее основой (становление личности или, по крайней мере, видения мира вокруг себя, «Я-реальности», как ее называет В.М. Розин – атрибут Возрождения[251]), творцы-художники стали получать персональную известность, что не мешало им становиться авторами карикатур. Причем, карикатуры живописцев вовсе не были столь же высокохудожественными, сколько их «серьезные» работы; наоборот, на фоне непрофессиональных карикатур они отличались простотой образов и транспарентностью смыслов. Пример – «Карикатура на папство» Лукаса Кранаха Старшего. На ней младенец в одеянии папы Римского сосет грудь мегеры[252]. Смысл ее был единственен – уничижение института папства и католической религии. Причем карикатура исполнена в плакатном стиле: здесь ни намека на индульгенции и иные злоупотребления, которые ставились в вину – чистая насмешка. Оппоненты же Лютера не были столь внятными: «сатиры протестантов были смелей, язвительней и резче»[253]. Вероятно, это сродни примеру Э. Дэгнес об отсутствии консервативной сатиры в США[254] – прогрессистские силы используют юмор сравнительно чаще и успешнее консервативных и реакционных.

Однако важно отметить следующее: Дж. Партон описывает, что первая известная карикатура на монахов датируется 1320 годом – на ней изображено то, как два беса бросают монаха с моста в быструю реку[255] и в дальнейшем, еще в до-

---

[250] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 38.
[251] Розин В.М. Визуальная культура и восприятие: как человек видит и понимает мир. М.: ЛЕНАНД, 2016. С. 148.
[252] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 40.
[253] Там же. С. 45.
[254] Dagnes, A. A conservative walks into a bar: the politics of political humor. Palgrave Macmillian, USA, 2012.
[255] Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877. P. 66.

лютеранское время, карикатуры на католических священнослужителей, отображавшие их пороки, были так же нередки[256]. С одной стороны, это говорит о том, что если карикатура на представителей церкви была рутиной, то ее политизация во времена Реформации, ее использование в качестве инструмента влияния на общественные настроение и есть то, что делает карикатуру политической (в противоположность той, что обличает общественные пороки). С другой же стороны, длительная публикация карикатур на Папу и католическую Церковь постепенно десакрализовала эти институты, что способствовало расцвету Реформации.

Собственно политическая карикатура без религиозного подтекста впервые стала распространяться в Нидерландах, чему способствовала учрежденная после революции XVII века республика с ее относительно терпимым отношением к художественным фривольностям. Тому есть ряд оснований, главным из которых является обозначение «фундаментального перехода от традиционного общества к современному, важным признаком которого является начало приобщения многих рядовых индивидов к рефлексивности относительно жизни: и микрогрупповой, и более сложной»[257].

Триггером становления общества индустриального модерна в Нидерландах стала победа революции 1566-1609 годов, бывшей по духу антифеодальной, антикатолической и освободительной (в результате революции произошло освобождение страны от испанского владычества). Была разрешена свобода слова, в результате чего в Нидерланды стали переезжать писатели, художники и политики, «не имевшие возможности. высказываться свободно на родине»[258]. Политически ангажированные иммигранты в немалой степени способствовали тому, что «политическая карикатура была развита в Голландии… сильнее, чем общественная»[259].

---

[256] Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877. P. 67.
[257] Мельников С.С. Исторические предпосылки институционализации политического юмора // Вестник МГИМО-Университета 2014. № 6. С. 221.
[258] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 46.
[259] Там же. С. 148.

Оливер Кромвель, авантюрист Джон Ло, предлагавший свои услуги финансиста правителям различных государств, княжеств и городов и, в особенности, Людовик XIV, воевавший с Голландией и отменивший Нантский эдикт – все они были желательными объектами для карикатур[260]. Карикатуры, как правило, были предельно лаконичными и конкретными. Например, жанровый живописец Корнелис Дюсарт изобразил Людовика XIV, как известно, имевшего прозвище «король-солнце», с солнцем вместо лица (очевидно, для идентификации изображаемого), накрытого монашеским капюшоном (обозначавшего его потворство иезуитам), с горящим прутом в руке (демонстрация негативного отношения к персонажу).

Таким образом, саморефлексия в первых политических карикатурах или же первых критических политических карикатурах содержала в себе националистический и религиозный компонент, сама карикатура была освободительной по духу и была направлена против авторитарных правителей. Графическими изображениями проявления политического юмора, разумеется, не исчерпывались: наибольший эффект достигался сочетанием графических и текстовых приемов. Именно в Голландии были изданы сорок брошюр под общим названием «Эзоп в Европе», которые появились в период с 1701 по 1702 годы[261] и фактически стали первым европейским политико-сатирическим журналом. Появление политических карикатур (и вообще политических сюжетов) в печати стало решающим фактором роста их социетальной значимости. Раскроем подробнее одну из предпосылок институционализации политической карикатуры (и политического юмора в целом).

Массовое производство печатной продукции в Европе началось примерно с 1425 года[262]. Революционным для ее распространения, безусловно, стало изобретение книгопечатания подвижными литерами Иоганном Гутенбергом. Важный социетальный аспект развития книгопечатания, обозначенный теоретиком коммуникации Маршаллом Маклюэном – превращение национальных языков в

---

[260] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 46.
[261] Там же. С. 151.
[262] Hind Arthur, M. History of Woodcut, Houghton Mifflin Co. 1935 (in USA), reprinted Dover Publications. M. Hind Arthur. 1963. 838 p.

«средства массовой коммуникации общенационального значения»[263]. Оно формировало унифицированное коллективное сознание нации, так что пространство для политических шуток также изначально задается в рамках государства, что формирует «государствоцентризм» в выборе совокупности тем. Осознание себя в рамках нации – осознание коллективной идентичности, «мы»-общности, формирующей, возможно, наибольшую привязанность и отдаленность от иных, осознавших себя нацией.

Кроме того, Маклюэн отмечает следующую перспективу влияния книгопечатания на изменения в политическом поле: «по мере расширения книжного рынка и распространения привычки к чтению протест потребителя против центральной власти становился к концу века все громче»[264]. Одна из причин этого – в том, что путем освоения печатной информации – не только книжной, но и медийной – у индивидов формируется более или менее четкая система мнений, отношений к актуальным политическим сюжетам, инспирированных классовыми, нравственными и иными мотивациями. Параллельно распространение печати и регулярное знакомство с единообразной информацией, по мысли Маклюэна, высказанной им в работе «Понимание медиа», напрямую привело к «десакрализации мира природы и мира власти»[265].

И здесь уместно отметить вторую предпосылку институционализации политической карикатуры – собственно политическую. Исследовательский дискурс позднего Нового времени рационально деконструировал устройство и функционирование власти, при этом у индивидов появились инструменты не просто для понимания, но и для политического действия.

Корни высвобождения политического сознания вполне уместным представляется искать в гуманистическом идеале Возрождения с его утверждением относительной автономии человеческой личности. Вместе со становлением ценности личности началось освобождение европейского общества от теологических догм –

[263] Мак-Люэн М. Галактика Гутенберга: сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр, 2003. С. 345.
[264] Там же, с. 347.
[265] Мак-Люэн, Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.: КАНОН-пресс-Ц; Жуковский: Кучково поле, 2003. С. 200.

упомянутый процесс Реформации и последовавшая за ней рационализация хозяйства, социальной и духовной жизни. В новых условиях с неизбежностью возник вопрос о том, на каких основаниях личности сосуществуют в пространстве одного государства. Вследствие этого возникли концепции общественного договора, с помощью которых «объяснялись как причины возникновения государства, так и легитимность государственной власти»[266].

О справедливом устроении общества рассуждали крупные английские философы Томас Гоббс и Джон Локк, французские просветители. Именно последние объявили права и свободы конкретной личности высшими по отношению к государству. Во французской Декларации прав человека и гражданина, принятой Учредительным собранием 26 августа 1789 года, читаем: «Цель всякого политического союза – обеспечение естественных и неотъемлемых прав человека. Таковые – свобода, собственность, безопасность и сопротивление угнетению»[267]. Одним из базисов личной свободы у Просветителей служила свобода слова и свобода печати, которые, впрочем, выполняют инструментальную роль по отношению к возможности избирать и быть избранными.

Француз Шарль Монтескье, впервые сформулировавший концепцию разделения властей, полагал, что «народ является государем только в силу голосований, которыми он изъявляет свою волю»[268]. Его современник и соотечественник Жан-Жак Руссо, в свою очередь, вводит понятие «народный суверенитет», то есть признает народ единственным источником власти. Однако Руссо призывает различать две «ипостаси» индивида – член гражданского общества и гражданин государства. С одной стороны, утверждает Руссо, народ имеет полное право на то, чтобы общественный договор с государством, более не удовлетворительный, мог быть расторгнут. С другой стороны, мыслитель акцентирует внимание на том, что жизнь гражданина находится во власти государства, с которым он юридически

---

[266] История политических и правовых учений : учеб. пособ. для студен-тов вузов, обучающихся по специальности и направлению "Юриспруденция". М.: Норма, 2006. С. 169.

[267] Французская Республика: Конституция и законодательные акты. [Электронный ресурс]. М.:Прогресс, 1989. Режим доступа: http://ru.m.wikisource.org/wiki/Декларация_прав_человека_и_гражданина (дата обращения: 10.05.2015).

[268] История политических и правовых учений : учеб. пособ. для студен-тов вузов, обучающихся по специальности и направлению "Юриспруденция". М.: Норма, 2006. С. 371.

связан. «Когда государь говорит ему: «Для государства необходимо, чтобы ты умер», – он должен умереть, так как только под этим условием он жил до сих пор в безопасности и так как жизнь его не есть уже только благодеяние природы, но условный дар государства»[269]. Выходит, что параллельно с процессом освобождения индивидуальной и общественной воли, в XVII-XIX веках происходит процесс утверждения государства как единственного и, при определенных условиях, непререкаемого источника власти и силы. Именно это противоречие и обусловливает возникновение политического юмора как феномена.

Действительно, один из центральных моментов европейской цивилизации Нового времени – движение к сильному государству, задача которого по охране закона и порядка считалась основополагающей. Вебер сжато обозначает этот признак: «монополизация легитимного физического насилия как средства господства»[270]. Государства нет там, где нет аппарата принуждения и, по большому счету, граждане с их свободами есть оппоненты государства с его инструментами зависимости. Конечно, онтологически государство не находится в конфликте с гражданами – две общности связаны сложной цепью взаимозависимостей.

Появление сильных неавторитарных государств Нового времени во многом объясняется их эманацией из «буржуазных революций» Нидерландов (1566–1609гг.), Англии (1640-е – 1660-егг.), США (1775 – 1783гг.) и Франции (1789 – 1794гг.). Можно, кстати, отметить, что и популярность политической карикатуры в указанных странах была хронологически преемственной, увеличиваясь в канун революций. Как пишет Дж. Партон, Англия «адаптировала» карикатуру, публиковавшуюся в Голландии[271], французская же карикатура была самобытной, однако до революции не существовала как социальное явление – как пишут А.В. Швыров и С.С. Трубачев, «только несколько сатирических монет (с изображениями Людо-

[269] История политических и правовых учений : учеб. пособ. для студен-тов вузов, обучающихся по специальности и направлению "Юриспруденция". М.: Норма, 2006. С. 29.
[270] Вебер М. Политика как призвание и профессия // Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990.
[271] Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877. P. 129.

вика XIVи Людовика XV – **прим. авт.**) свидетельствуют о том, что политическая карикатура (в XVIII веке – **прим. авт.**) не совсем умерла»[272].

В странах, не прошедших подобных революций, резонанс от упомянутых событий несомненно оказал влияние на государственно-политическое устройство и представления образованных граждан. Но буржуазные революции были инспирированы идеалами общественного прогресса и справедливого, рационального порядка. Сильное государство должно было защитить плоды революции, но сами плоды по своей природе были демократическими, а не авторитарными. «В то время термин «революция» еще в значительной степени сохранял свое прежнее значение, «движение по кругу». Американские и французские лидеры действительно верили, что они «возвращаются» к естественному порядку вещей» – писал Энтони Гидденс[273].

Следствием революционных изменений стали рациональная организация государственной власти, верховенство закона, формирование представления о ширившихся возможностях индивидуального политического участия. Если «в традиционных государствах …большая часть населения не знала или не интересовалась тем, кто им руководил», то «в национальных же государствах, напротив, большинство живущих в пределах границ политической системы являются гражданами, имеющими общие права и обязанности и ощущающими свою принадлежность к нации»[274]. Это не могло не создать среди граждан определенной совокупности ожиданий от политической сферы. Как было действовать гражданину или группе граждан, когда эти ожидания не оправдывались? Важный инструмент институционализации недовольства – демократические выборы. Однако они имеют место с известной периодичностью и касаются политического института в целом. Недовольство же граждан нередко возникает по поводу действий конкретных политиков или их групп, за неудовлетворительной деятельностью которых рядовые избиратели не могут разглядеть системных причин. Гражданская «мы»-

---

[272] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 72.
[273] Гидденс Э. Социология. М.: Едиториал УРСС, 2005. С. 569.
[274] Там же. С. 222.

общность осознает себя единым целым, основываясь на правовых нормах, имеющих строгий регламент, оттого их нарушение воспринималась как атака на «мы», которую необходимо отразить.

В таких условиях открывается возможность для проникновения в социальную ткань политического юмора. На фоне остальных юмористических жанров карикатура играла исключительно важную роль в столкновении широких категорий населения с явлением политического юмора. Многие словесные юмористические жанры в XIX веке, как например, фельетон, имели эклектичное содержание, из которого достаточно сложно было вычленить политическое. Литературным основанием журнального фельетона, как писал советский текстолог Б.В. Томашевский, является их «хаотическая беспланность»[275].

Карикатура, с ее визуальной конкретностью и относительной простотой интерпретации главного сообщения (не говорим о завуалированных художественных элементах), стала центром представления политического юмора в первых полноценных национальных сатирических журналах, к которым относятся французский «Ле Шаривари» (ранее «Ла Карикатюр») и английский «Панч»[276]. «Ла Карикатюр» и «Ле Шаривари», основанные в 1830-х годах молодым французским литографом и карикатуристом Шарлем Филипоном, стали, пожалуй, первым примером того, как политическая карикатура из произведения искусства и социально значимого явления, стала политическим фактором.

Филипон находился в оппозиции к воцарившемуся в 1830 году с помощью буржуазии Луи Филиппу Орлеанскому[277]. Основанный тогда же их соратниками еженедельный журнал «Ла Карикатюр» публиковал смелые карикатуры на членов правительства, а в 1831 году в «Ла Карикатюр» впервые была опубликована голова короля Луи-Филиппа в форме груши (в действительности грушу напоминавшая)[278], после чего карикатуры в этом стиле стали регулярными. За одну из них –

---

[275] Томашевский, Б.В. У истоков фельетона // Фельетон . – Л., 1927. С. 63.

[276] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903; Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877.

[277] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 209.

[278] Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877. P. 220.

«Гаргантюа, автор карикатуры, в будущем – известный французский художник Оноре Домье, получил полгода тюрьмы и штраф[279].

Так политическая карикатура стала непосредственным объектом политических отношений, вызвавшим негативные санкции. После этого скандала журнал «Ла Карикатюр» был закрыт, однако вместо еженедельника Филипон основал ежедневный журнал «Ле Шаривари», где карикатуры на короля и министров получили еще большее распространение[280]. Реакцией со стороны власти на них стало введение «Закона о прессе», по которому «каждая нападка против принципов правительства грозили многолетним тюремным заключением и денежным штрафом от 10000 до 50000 франков»[281].

Если конкретные политические последствия и пути использования острой и злободневной карикатуры во Франции очевидны, то применительно к нашей работе неизбежно встает вопрос: как эти карикатуры отображали, рефлектировали общественные процессы? Обратим внимание на несколько наблюдений А.В. Швырова и С.С. Трубачева по поводу связи автора карикатур и аудитории, так как недостаточно ясно, в какой мере общество было вовлечено в вышеописанные события.

К журналу «Ла Карикатюр» Филипон привлек внимание расклеиванием в Париже скабрезных плакатов с информацией о выходящем журнале[282]. Реакция последовала следующая: «первый номер был встречен парижанами с любопытством, второй уже ожидали с нетерпением»[283]. Карикатуры на короля, как писал классик немецкой литературы Генрих Гейне, также находили отклик у общественности, поскольку «с тех пор, как появилась карикатура, изображающая трехцветного попугая, который на все вопросы отвечает «Вальми или Жемап» (места сражений времен французских революционных войн – **прим. авт.**), с тех пор Луи Филипп остерегается часто произносить эти слова»[284].

---

[279] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 172.
[280] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 213.
[281] Там же. С. 220.
[282] Там же. С. 209.
[283] Там же. С. 210.
[284] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней.

Первая политическая карикатура в печатных СМИ была принята значительной частью общества, но за неимением исследования эффекта воздействия аудитории можно предположить, что положительная реакция была вызвана как неожиданной едкостью карикатур, их «попаданием» в текущие проблемы, так и общей нестабильностью политической ситуации во Франции в течение многих лет, которая при наличии малейшего триггера оборачивалась критикой власти.

Традиции ранней английской политической карикатуры, которые можно рассмотреть на примере журнала «Punch», позволяют несколько по-иному оценить последствия печатной институционализации политического юмора. «Punch»был создан в 1841 году, на фоне успеха «Посмертных записок Пиквикского клуба» Чарлза Диккенса, издание которых сопровождалось карикатурами[285]. Первый номер журнала вышел 17 июля 1841 года «довольно большим по тому времени тиражом в 10 тысяч экземпляров»[286]. В благополучную викторианскую эпоху карикатура не выступала в качестве острого политического орудия, и в «Punch»общественные сюжеты перемежались с политическими.

В некотором роде карикатуры журнала носили скоморошеский и карнавальный характер, так как зачастую ведущие художники Джон Лич и Джон Тенниел изображали кабинет министров и других высокопоставленных лиц в роли «лакеев, мальчишек, полицейских, медсестер, цирковых артистов, так что определенный комический эффект производился безотносительно содержания шутки»[287]. Или же, наоборот, комический эффект достигался за счет «возвышения до небес» персонажа актуальной политической жизни, например, королева Виктория изображалась в виде богини Минервы[288].

Однако «Панч» вовсе не представлял собой инструмент для критики действующей власти, содействуя ей в упрочении национального единения. Патриотические карикатуры были нередки: так, известным стало изображение, на котором

СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 224.

[285] Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877. P. 284.

[286] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 18.

[287] Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877. P. 286.

[288] Там же.

Франсуа Орлеанский, заявлявший в 1845 году о возможном вторжении в Англию, представлялся в виде мальчика, «принявшего боевую стойку», на пути у которого встает невозмутимый британский герцог Веллингтон[289]. Также карикатуристы смягчали свое отношение к тем или иным политическим фигурам, в случае роста их «пользы для Великобритании» – так было с Луи Наполеоном и Бенджамином Дизраэли[290].

Из этого можно сделать вывод, что печатный политический юмор в Англии находился в некоторой зависимости от воззрений власти и зарождавшегося общественного мнения. Под прицелом находились лишь те люди, явления и действия, которые имели известную степень непопулярности. Как отмечает В.П. Шестаков, карикатуры журнала «Панч» «забавны, остроумны, но лишены сарказма и гротеска»[291]. С его точки зрения, «юмор «Панча» никогда не оскорблял общепринятой морали» [Там же]. В.П. Шестаков при этом считает, что «массовые сатирические журналы» поглощают «индивидуальные сатирические таланты», а «независимая критика подчиняется корпоративной издательской этике»[292]. Правда, он распространяет это мнение исключительно на английскую культуру.

Обобщая краткий экскурс в историю европейской политической карикатуры XVII-XIX веков можно отметить, что творцы карикатуры (а за ними и издатели) в своих работах отразили ряд мегатрендов из жизни европейской цивилизации – секуляризацию, борьбу буржуазии за политические права, вызревание представительной демократии, и, в конечном итоге, формирование современного общества. Без политизации аудитории, однако, карикатура в печатных СМИ вряд ли бы воспринималась как должное. Во второй половине XVIII века зарождается особая социокоммуникативная общность, которую объединяет «одновременность убеждения или увлечения, сознание, проникающее каждого, что эта идея или это желание разделяется в данный момент огромным количеством других людей»[293].

---

[289] Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands. New York, 1877. P. 287.
[290] Там же. P. 289.
[291] Шестаков В.П. Карикатура: визуальный язык пародии и гротеска // Феноменология смеха: карикатура, пародия, гротеск в соврем. культуре. М.: Рос. ин-т культурологии, 2002. С. 18.
[292] Там же. С. 17.
[293] Тард Г. Мнение и толпа // Психология толп. М.: Институт психологии РАН, Издательство «КСП +», 1998. С. 260.

Французский социолог Г. Тард назвал ее «публикой»[294]. Этот социальный актор систематически аккумулировал и концентрированно выражал недовольство, одобрение и любую другую широкую реакцию, посредством которой духовные отношения и проникают в политические.

Пути институционализации политической карикатуры в России во многом (типологически, а не культурно) схожи с западными и наступили позднее хронологически. Заметный рост распространенности подобной карикатуры инспирирован революционными переменами либо, наоборот, постепенным становлением представительной демократии с оформившимися противоборствующими силами.

---

[294] Тард Г. Мнение и толпа // Психология толп. М.: Институт психологии РАН, Издательство «КСП +», 1998. С. 260.

Глава 2. Отображение российского общества в политической карикатуре

§ 1. Традиция политического юмора и карикатуры в России

Политическая карикатура характеризуется общими для политического юмора элементами: она представляет собой атрибут общества индустриального модерна, вызванный к жизни революционными изменениями в сферах политики и массовой коммуникации, она несет в себе содержательное сообщение, имеет потенциал для опосредованного влияния на политические процессы. Как и любая другая духовная форма, имеющая своим содержанием действительные социальные отношения, политическая карикатура так или иначе репрезентирует их. Существенно и то, что политическая карикатура является в достаточной степени заметным предметным полем внутри некого универсума карикатур – некоторые исследователи небезосновательно считают политическую тему «наиболее излюбленной»[295] для карикатуристов, что в первую очередь говорит об особой социетальной значимости политических отношений.

Политическая карикатура в России существенно отличается от западной несколькими параметрами и оттого требует особого исследования – как теоретического, так и эмпирического. В первую очередь, стоит отметить, что институционализация политической карикатуры на Западе проистекала непосредственно из коммуникационных и идейно-политических изменений при переходе к современному обществу в XVII-XVIII веках. Известный российский социолог Н.Н. Зарубина, отмечая множественность вариантов модернизационных преобразований в зависимости от цивилизационного контекста[296], перечисляет основания, по которым современное российское общество нельзя считать модернизированным на западный манер: это и растущая «десекуляризация сознания», и предпочтение социального равенства свободе, и отсутствие готовности к риску[297].

Возможно, модернизация в России проходила по альтернативной модели, но это требует отдельной дискуссии. Важно лишь, что состояние общественного

[295] Чепуров И. В. Изобразительные средства отечественной карикатуры XVII-XX веков // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 5. С. 143.
[296] Зарубина, Н.Н. Человеческие ресурсы российской модернизации: к новой парадигме исследования. Вестник МГИМО-Университета. 2010. № 6. С. 8.
[297] Там же.

дискурса, уровень отношений в сфере культуры не способствовали возникновению политических карикатур: сколько-нибудь массовый характер распространения они начали обретать только к началу XX века.

Во-вторых, и это важно отметить применительно к исследовательской части: в Российской империи культура зарождалась в условиях строжайшей цензуры, не характерной для обществ индустриального модерна. В СССР же к цензуре прибавилось и совершенно нехарактерное для модерна тотальное государственное давление на все сферы общественной жизни. На протяжении всей истории карикатура нередко была инспирирована государственными интересами и направлялась против внешних врагов, зачастую конструируемых, укрепляя коллективную «мы»-идентичность против «они»-групп. Периодически внешний оппонент существовал объективно – как во время Отечественных войн или Холодной войны, и тогда политическая карикатура была преимущественно внешнеполитической. В отдельные периоды, для которых были характерны преобразования и широкая общественная дискуссия, создавались преимущественно внутриполитические карикатуры. Поэтому это отмеченное ранее разделение особенно существенно для российского общества.

Также до появления карикатур в России существовала своеобразная традиция комического, на почву которой легли карикатуры, хотя Д.С. Лихачев и отмечал, что смеховая культура Руси вполне соответствовала той, что была распространена в европейском Средневековье[298]. Карнавальный смех, описанный М. Бахтиным, по-видимому, был характерен и для России. Этот смех «всенароден, смеются все – это смех «на миру»… универсален, направлен на все и на всех (в том числе и на самих участников карнавала)… амбивалентен: он веселый, ликующий и – одновременно – насмешливый, высмеивающий»[299]. А.В. Дмитриев и А.А. Сычев, однако, отмечают, что массовые формы смеховой культуры «никогда

[298] Лихачев Д.С. Смех в Древней Руси // Избранные работы в трех томах. Т. 2. Л.: Худ. лит. Ленингр. отд-ние, 1987. С. 344.
[299] Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культурасредневековья и Ренессанса. 2 изд. М.: Художественная литература, 1990. С. 17.

не играли особой роли в жизни общества»[300] Древней Руси, в отличие от индивидуалистичных скоморошества и юродства. Но все-таки и карнавал, и скоморошество, и юродство объединяет их тесное вплетение в повседневность, принадлежность к устной культуре. Хотя у юродивых наличествовала важная политическая функция – «говорить сильным мира сего правду в глаза»[301]. Можно вспомнить эпизод из трагедии А.С. Пушкина «Борис Годунов», где юродивый Николка в шутливой форме обвиняет царя в том, что тот зарезал царевича Дмитрия. Царь гневается, после чего тут же просит Николку молиться за него – юродивых трогать нельзя.

Направленность юродивых против политических властей – черта сугубо российская, так как юродивые Византии (вне православия юродства не существует) «не бунтуют против политических властей. Они выступают против Церкви как института, задирают священников или срывают Литургию»[302]. Единственное объяснение, которое находят историки: в Московской Руси «политическая власть усвоила себе много прерогатив власти церковной»[303] и дурашливый юродивый, говорящий от имени Бога, занимал единственную допустимую социальную позицию, с которой можно взывать к совести власть имущих.

В целом в культуре Древней Руси смеховая культура являла собой «антимир», «антикультуру», которая противостояла не столько официальной культуре, сколько «некой идеальной реальности, лучшим проявлениям этой реальности. Антимир противостоит святости – поэтому он богохулен, он противостоит богатству – поэтому он беден, противостоит церемониальности и этикету – поэтому он бесстыден…»[304]. Демонстративное самоуничижение – органическая составляющая этого антимира, и мы находим его и в письменных произведениях XII-XIII веков: «Молении» и «Слове» Даниила Заточника[305].

---

[300] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 70.

[301] Там же. С. 75.

[302] Зачем юродивые взрывали общественный покой? – интервью с доктором исторических наук Сергеем Ивановым [Электронный ресурс] // ФОМА. 2012. № 6. Режим доступа: http://foma.ru/zachem-yurodivyie-vzryivali-obshhestvennyij-pokoj.html (дата обращения: 05.10.2015).

[303] Там же.

[304] Лихачев Д.С. Смех в Древней Руси // Избранные работы в трех томах. Т. 2. Л.: Худ.лит. Ленингр. отд-ние, 1987. С. 358.

[305] Там же, с. 365.

В изобразительном искусстве России – от возникновения Киевской Руси до периода централизованного государства XV-XVI веков – мы не находим отражения данной смеховой культуры. Возможно, дело в том, что карнавальность равно как и скоморошество/юродство, хотя бы и в письменном виде, не могли быть репрезентированы в статических формах (литература же предполагает динамику, сюжетное развитие). Несомненно, в то время ключевую роль играла храмовая живопись, предполагающая строгость и каноничность – иконы, фрески, мозаики[306]. Редкими светскими, напрямую не связанными с церковной жизнью изображениями, были сюжеты охоты, скоморошества, периодически появлявшиеся в росписях храмов. Также необычайной художественной смелостью отличался орнамент рукописных книг, достигший расцвета в XIV-XVвеках: «инициалы, заставки в новгородских и псковских книгах заполняются изображением чудовищ, оплетенных ремнями, борющихся, стремящихся освободиться от пут»[307]. Однако вряд ли можно считать, что эти изображения несли какое-либо сообщение аудитории.

Обмирщение искусства началось в XVII веке, и в области живописи выразилось, среди прочего, в «резком росте числа бытовых сцен и портретов»[308]. Тогда же в России стали появляться лубочные картинки, творимые под влиянием потешных немецких листков, занесенных через Польшу, и голландских лубочных гравюр. Именно лубок исследователи называют «предтечей карикатуры»[309].

Лубом в России называли липовую доску, на которой вырезали штампы, отсюда и наименование лубка. И «хотя впоследствии деревянные доски заменили медными листами»[310], название осталось. Содержательно лубок, как и карикатура, представляет собой креолизованный текст, в котором визуальный ряд дополняется смысловым комментарием или развернутой подписью. Тематика изображаемого на лубках варьировалась: если в XVIII веке значительную часть картинок со-

[306] Ильина Т.В. История искусств. Отечественное искусство: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Высш. шк., 2000. С. 3,8.
[307] Там же, с. 30.
[308] Там же, с. 56.
[309] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 36.
[310] Савельева О.О. Живая история российской рекламы. М.: Гелла-принт, 2004. С. 21.

ставляли «иконы, притчи, псалмы, космографии и календари», то во второй половине XVIII века тематика изменилась на «театральные представления, праздники, сказки, сатиры, картинки о тщетности бытия и пагубных страстях» [311]..

Своеобразие лубка как социокультурного явления описал Ю.М. Лотман. Выдающийся филолог и культуролог утверждал, что лубок не есть жанр искусства в современном смысле и имеет мало общего с письменной культурой, в которой «аудитория «потребляет» текст (слушает или читает, смотрит)»[312], что, кстати, характерно и для карикатур. Степень вовлеченности тех, кто смотрит лубок, гораздо выше – происходит акт игровой коммуникации. Лубок отнюдь не статичен – подпись как бы развертывает рисунок (например, в лубке, на котором изображен скоморох и текст «Я детина не богатый, а имею нос горбатый…» длинный текст написан по периметру полукруга, имитируя движение, а картинка «Мыши кота погребают» и вовсе состоит из ряда сменяющих друг друга во времени изображений и надписей сродни современному комиксу). И это совсем неудивительно, так как лубок тесно связан с культурой театра, балагана, ярмарки, что объясняется социальным контекстом использования лубка.

Лубочные изображения нередко создавались для спектаклей, о чем говорит «оформление рамок картинки, часто стилизованных под занавес или кулисы»[313]. Также лубки представляли собой «первые в России печатные материалы рекламного характера. Этой цели служили, например, лубки с видами монастырей. Их использовали для сбора пожертвований в пользу обители. Был также выпущен лубок, рекламирующий табакокурение: «Нос табак забавляет и глаза наши исцеляет»[314]. Последний пример наверняка зачитывался торговцами, так как «в XV ве-

---

[311] Шапченко Ю.П. Тема смерти в русском провинциальном искусстве конца XVIII – первой половины XIX вв. [Электронный ресурс] // Художественная культура. 2012. №5. Режим доступа: http://sias.ru/publications/magazines/kultura/vypusk-5-2012/istoriya-i-sovremennost/772.html (дата обращения: 17.10.2015).

[312] Лотман Ю.М. Художественная природа русских народных картинок // Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб.: Академический проект , 2002. С. 322.

[313] Лотман Ю.М. Художественная природа русских народных картинок // Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб.: Академический проект , 2002. С. 324.

[314] Савельева О.О. Живая история российской рекламы. М.:Гелла-принт, 2004. С. 23.

ке реклама еще не могла выступать в виде плаката «для глаз», а требовала соединения рисунка с выкриком зазывалы»[315].

Модель активного восприятия информации с лубочной картинки Ю.М. Лотман выстраивает следующим образом: «…<аудитория лубка>совершает активный акт художественной реконструкции и повторного переживания игры, в которой ей отводилась … активная роль кричащего, одобряющего или свистящего участника совместной деятельности»[316]. Подтверждение существованию таких ролей мы находим в «Портрете» Н.В. Гоголя: «Покупателей этих произведений (лубков на больших листах – **прим. авт.**) обыкновенно немного, но зато зрителей – куча… Всякий восхищается по-своему: мужики обыкновенно тыкают пальцами; кавалеры рассматривают серьезно; лакеи-мальчики и мальчишки-мастеровые смеются и дразнят друг друга нарисованными карикатурами».[317]

Кто же типологически тот представитель аудитории, что был активно вовлечен в рассматривание лубка? В течение веков аудитория лубков менялась от элитарной (во времена Петра I,например, лубковые картинки «рекламировали» брадобритие[318]) к народной. Впрочем, следует разделить эти два понятия. Если в изобразительном отношении лубочные картинки прямо наследуют древнерусской смеховой традиции[319], в частности, характеризуются «пестротой, яркостью, «немотивированностью» использования тех или иных цветов»[320], то велик соблазн назвать в качестве их реципиентов (послепетровских времен) крестьянство, «простой народ».

Это не совсем так. Г. Мясоедов уточняет, что лубок – «искусство полународной-полукультурной городской среды, которое вернее было бы назвать «массовым», при всем влияни и на него народной эстетики»[321]. С.Е. Юрков, ссылаясь

---

[315] Лотман Ю.М. Художественная природа русских народных картинок // Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб.: Академический проект , 2002. С. 332.
[316] Там же. С. 333.
[317] Цит. по Основы предпринимательской деятельности в сфере арт-рынка: хрестоматия. Одесса: Наука и техника, 2012.
[318] Савельева О.О. Живая история российской рекламы. М.:Гелла-принт, 2004. С. 23.
[319] Лихачев Д.С. Смех в Древней Руси // Избранные работы в трех томах. Т. 2. Л.: Худ.лит. Ленингр. отд-ние, 1987. С. 345.
[320] Савельева О.О. Живая история российской рекламы. М.: Гелла-принт, 2004. С. 22.
[321] Мясоедов Г. Русский лубок конца XIX– начала XX века // Иллюстрация. М., 1988. С. 236.

на исследователя В.Н. Прокофьева утверждает, что лубки, как и другие атрибуты культуры примитива создавались «отторгнутыми по какой-либо причине от их «коренной» социальной почвы: осевшими в городах крестьянами, разорившимися купцами, дворянами, оказавшимися в опале»[322].

Вероятно, и авторы лубков действительно происходили из этой среды, но их личности, как правило, неизвестны, что еще раз говорит о том, что лубок является жанром противоположным современности, модерну. Основа лубка – «подражание тому, что уже найдено и создано художником (или писателем) – профессионалом»[323]. При этом лубки, созданные признанными мастерами живописи, не пользовались популярностью в обществе. Как пишет О.О. Савельева, «издание <лубков И.Е. Репина> закончилось неудачей, лубки (впрочем, как и книжки, иллюстрированные Ге, Ярошенко и другими прекрасными художниками) не имели успеха у среднестатистического покупателя, их неохотно брали коробейники-офени, распространявшие «народную» печатную продукцию в провинции»[324]. Карикатуры же, о чем пойдет речь чуть позже, в абсолютном большинстве случаев представляют собой образцы авторского искусства и в идеально-типическом виде относятся к популярной культуре, формирующейся в рамках индустриального модерна.

Тем не менее, связь лубка с политической карикатурой более тесная, чем может показаться на первый взгляд. Во-первых, лубок, долго оставаясь «бесконтрольным и неподцензурным»[325], мог доносить если не протест, то неодобрительную реакцию на существующие порядки. Например, популярные лубки «Баба Яга дерется с крокодилом» и «Баба Яга и плешивый мужик» первоначально создавались, по мнению исследователей, как карикатура на Екатерину I, а не менее популярный «Кот Казанский» воспринимался как карикатура на усатого, но безбородого Петра I»[326].

---

[322] Юрков С.Е. От лубка к «Бубновому валету»: гротеск и антиповедение в культуре «примитива» // Под знаком гротеска: антиповедение в русской культуре (XI – начало XX вв.). СПб., Летний сад, 2003. С. 177.
[323] Там же. С. 178.
[324] Савельева О.О. Живая история российской рекламы. М.:Гелла-принт, 2004. С. 28.
[325] Юрков С.Е. От лубка к «Бубновому валету»: гротеск и антиповедение в культуре «примитива» // Под знаком гротеска: антиповедение в русской культуре (XI – начало XX вв.). СПб., Летний сад, 2003. С. 178.
[326] Савельева О.О. Живая история российской рекламы. М.:Гелла-принт, 2004. С. 25.

Разумеется, такая реакция (характерная далеко не для каждого зрителя) во многом сродни скоморошеству и юродству, и не является политической в узком смысле слова. Как отмечает Д.Н. Москин, изображение государей на лубках – скорее знак интереса, чем демонстрация скрытого недоброжелательства: «цари, короли, императоры хоть и считались наместниками Бога на Земле, но часто выступали комическими персонажами фольклора… Носители верховной власти представали в неприглядном виде, осмеивались их деяния и атрибуты. Это приближало их к народу, делало понятным»[327].

Некоторые из царствующих особ поощряли издание карикатур, однако, не на политическую тематику: так, при личном участии Екатерины II были выпущены «антицерковные потешные листы»[328], самый известный из которых – «Просьба Кашинскому архиепископу от монахов Калязинского монастыря», на котором изображалась разгульная жизнь монахов. Издание листов имело практический смысл, связанный с дискредитацией церкви, так как императрице необходимо было подготовить общество к изъятию недвижимости у монастырей[329].

Во-вторых, именно из лубков вышла первая российская патриотическая карикатура, которая в 1812 году была направлена против «они»-группы, внешнего врага – Наполеона и французов. Авторский характер делал ее качественно иным явлением по сравнению с лубком. Исполняли ее «более сорока русских художников во главе с Теребеневым, Ивановыми, Венециановым»[330]. Первые карикатуры были схожи с лубком «доходчивостью, яркой эмоциональной окраской, воздействием на чувства аудитории»[331].

Разумеется, между лубком и карикатурой существует несколько принципиальных различий, раскрытых в книге «Отечественная война и Русское общество» Константином Кузьминским. Прежде всего, карикатуры, опубликованные в канун войны 1812 года, представляют продукт «индивидуального интеллигентского

---

[327] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 70.
[328] Там же. С. 156.
[329] Там же. С. 16.
[330] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 58.
[331] Савельева О.О. Живая история российской рекламы. М.:Гелла-принт, 2004. С. 24.

творчества», а также «очень часто заимствованы из иностранных источников»[332], причем источников вполне конкретных, что также резко отличает их от лубка. Опишем вкратце творчество каждого из пионеров карикатуры в России.

Алексей Венецианов, впоследствии известный портретист и признанный мастер описания крестьянского быта, согласно исследователю XIX века Д.А. Ровинскому, обратился к теме карикатур на Наполеона задолго до 1812 года. В 1807 году Венецианов собирался издать «Журнал карикатур на 1808 год», куда были включены ряд изображений, «неприятных Наполеону»[333], на что император Александр I, по словам Ровинского, ответил, «что он дарование свое мог бы обратить на гораздо лучший предмет и временем мог бы воспользоваться с большей выгодой к приучению себя к службе, в коей находится»[334]. В то время император еще не был антагонистом Наполеона, и публикация подобных карикатур могла бы стать международным вызовом.

В 1812 году, когда французская армия была уже в Москве, пропаганда против Наполеона и его войск, разумеется, стала поощряться. По данным К.С. Кузьминского, кисти Венецианова принадлежит около 20 карикатур, отличающихся исключительным художественным мастерством[335]. Помимо карикатур, изображающих «самые разнообразные эпизоды похода Наполеона в Россию и обратно во Францию»[336], Венецианов выступил политически и социально заостренно с нетривиальной стороны: семь из его карикатур отображают «дурное влияние французов-гувернеров, гувернанток, учителей, артистов, парикмахеров и т.д.— на русское общество»[337], в частности, он запечатлел изгнание из Москвы представителей указанных социальных групп. К.С. Кузьминский описывает данные карикатуры в духе личного протеста художника против «французомании»[338].

---

[332] Кузьминский К.С. Отечественная война в живописи. Карикатура // Отечественная война и русское общество 1812-1912. Юбилейное издание. В 7 т. Т. 5. М.: Типография Сытина И. Д., 1911–1912. С. 224.
[333] Там же. С. 202.
[334] Ровинский Д.А. Русские народные картинки. В 2 т. Т. 1. СПб.: Издание Р. Голике, 1900. С. 44
[335] Кузьминский К.С. Отечественная война в живописи. Карикатура // Отечественная война и русское общество 1812-1912. Юбилейное издание. В 7 т. Т. 5. М.: Типография Сытина И. Д., 1911–1912. С. 205.
[336] Там же. С. 207.
[337] Там же. С. 206.
[338] Там же. С. 210.

По большому счету, данные карикатуры следует считать социально-политическими. Пусть их критические стрелы направлены на представителей российского общества, на вкусы, однако, смеем полагать, что их создание обосновано патриотизмом, А. Венецианова, его осознанием себя как части национальной «мы»-общности, и это есть уже политический элемент.

Возможно, менее художественно талантливыми, однако более изощренными в подписях выглядели карикатуры Ивана Теребенева. Также он был наиболее плодовит на фоне других первых карикатуристов: Теребенев – автор 50 карикатур с подписями, и есть основания полагать, что значительная часть из 150 анонимных карикатур принадлежит ему[339]. Пример одной из подписей к карикатуре «Угощение Наполеона», где французского императора насильно посадили в бочку и угощают: «Гостинцев русских захотелось?! Вот сласти русские, поешь – не подавись! Вот с перцем сбитенек, попей – не обожгись!»[340]. При всей убедительности карикатур Теребенева, они не были актуальными, так как начали издаваться «лишь с февраля 1813 года. Таким образом, ни одна из них не появилась до сожжения Москвы и даже до ухода французов из пределов России»[341]. Это, конечно, снизило их коммуникационный потенциал, так как для проникновения сообщения в аудиторию карикатура ценна своевременностью.

Тем не менее, послевкусие от карикатур осталось, и выставлять Наполеона побежденным и униженным было важно и после 1812 года. Подобная демонстрация производилась различными методами и для различных аудиторий – «в России вскоре после победы над французами, вышла разрезная картинная азбука «Подарок детям в память 1812 года»[342]. Часть из 34 гравированных на меди и раскрашенных картинок воспроизводила сюжеты антинаполеоновских карикатур И. Теребенева (по одному сюжету было взято у И. Иванова и А. Венецианова)»[343]. Ка-

---

[339] Кузьминский К.С. Отечественная война в живописи. Карикатура // Отечественная война и русское общество 1812-1912. Юбилейное издание. В 7 т. Т. 5. М.: Типография Сытина И. Д., 1911–1912. С. 209.

[340] Там же.

[341] Там же. С. 210.

[342] Кузьминский К.С. Отечественная война в живописи. Карикатура // Отечественная война и русское общество 1812-1912. Юбилейное издание. В 7 т. Т. 5. М.: Типография Сытина И. Д., 1911–1912. С. 213.

[343] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 198.

рикатуры же Ивана Иванова, по мнению К.С. Кузьминского, не были столь значительными – ни в смысле масштаба, ни в смысле исторического значения.

Гораздо любопытнее то, что первые российские карикатуристы работали в глобальном масштабе, так как карикатуры на Бонапарта знали в странах, где культура карикатуры была более развитой – Франции, Англии, Испании, Австрии, Пруссии. Происходило взаимопроникновение сюжетов, проще говоря, представители одних государств копировали работы представителей других. Россия выступала и в роли «донора»: так, известная карикатура Теребенева «Наполеонова слава», появившаяся в начале 1813 года, «уже в мае была перерисована знаменитым английским карикатуристом Крукшанком»[344].

О реакции российской аудитории на карикатуры мы можем судить лишь умозрительно, доверяя скупым суждениям, например, А.В. Швырова и С.С, Трубачева о том, что «благодаря патриотическому содержанию, они получили широкое распространение и проникли в народ»[345]. Тем не менее, можно заключить, что первая российская политическая карикатура задала вектор развития жанра в будущем – в периоды международного конфликта следует реагировать карикатурой с демонстрацией образов внешнего врага, «они»-группы всячески унижающих его в глазах собственного населения. Карикатура же внутриполитического содержания не приветствовалась, чему во многом способствовало функционирование института цензуры (что также станет долговременно укорененной традицией).

Окончание войны 1812 года и последующее падение Наполеона автоматически погасили практику художественного противостояния внешнеполитическому оппоненту, и политическая карикатура стала постепенно сходить на нет, равно как и жанр карикатуры в целом. Только в 1840-х годах произошел определенный ренессанс, однако новая карикатура касалась нравов и сферы общественных отношений[346]. Тем не менее, в ней можно обнаружить определенную степень осмысленной иронии относительно внутриполитических процессов. Так, на послед-

[344] Кузьминский К.С. Отечественная война в живописи. Карикатура // Отечественная война и русское общество 1812-1912. Юбилейное издание. В 7 т. Т. 5. М.: Типография Сытина И. Д., 1911–1912. С. 211.

[345] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 381.

[346] Там же. С. 382.

нем листе юмористического альманаха «Ералаш» (1847 год) среди большой группы литераторов был изображен цензор Очкин, поднимавший «казенный полосатый шлагбаум»[347]. Периодически подобные остроты были дозволены – как, например, в карикатурном приложении к журналу «Заноза», где была уже в 1860-е годы напечатана карикатура «Печать в С-дурном тоне», где «с камертоном… изображен тогдашний министр внутренних дел Валуев, а с дирижерской палочкой – председатель цензурного комитета Цеэ… На разных инструментах в этом оркестре, от нестройного исполнения которого Россия зажимает уши и собирается бежать, играют разные литературные и журнальные деятели»[348]. Сфера политического, безусловно, составляет значительную часть этой карикатуры, однако поле ее критики гораздо более широко, отчего она имеет скорее скоморошеский, чем социально-критический характер.

Видным карикатуристом середины XIX века был и основатель журнала «Искра» Н.В. Степанов, вышедший в отставку чиновник, аристократ. В самый разгар Крымской войны 1855 года он «задумал хоть сколько-нибудь развлечь публику, изнывавшую и горевавшую от разных наших военных неудач», отозвавшись на них «целой серией политических карикатур»[349]. Объектом насмешек были не российские военачальники, а представители «они»-групп: Наполеон III и другие противники Российской империи в ходе Крымской войны. Степанов высмеивал «хвастовство, самомнение, легкомыслие, деспотизм, самообожание» Наполеона III, стремление во всем походить на великого дядю. При этом, как известно, Крымская война закончилась для России поражением, а Наполеон III и Франция были в числе победителей, таким образом, сообщения Степанова, принадлежавшего к господствующему классу, носили сугубо компенсационный характер, не будучи ответом на политические события, а будучи направленными строго против конкретных личностей. Интенции Степанова были личными, в какой-то степени классовыми, но не были продиктованы желанием сановников: чет-

[347] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 384.
[348] Там же. С. 404.
[349] Там же. С. 393.

вертый альбом политических карикатур Степанова «был остановлен цензурой, по случаю заключения Парижского мира»[350].

Это неудивительно, так как «общие цензурные уставы запрещали оглашение сведений, оскорбительных для правительств дружественных с Россией государств, но ничего не говорили о других державах»[351]. Так и в русско-японскую войну карикатуристы с молчаливого согласия выбрали в качестве мишени Англию: в частности, Н. Канибалов «изобразил влиятельную лондонскую «The Times» в виде злобного бульдога, который … поднял густое облако пыли». Подпись звучала следующим образом: «Много палят, но еще больше пылят»[352].

С воцарением Александра II Степанов и «Искра» начали выполнять сатирические карикатуры в духе проходящих реформ – произошло переключение на внутриполитическую карикатуру. Степановым сотоварищи изображались «…и проделки чиновников, на которые общественное мнение обратило свое внимание, и откупщики, против которых в настоящее время вооружаются уже не насмешкой, а негодованием, и отъезжающие за границу жуиры…»[353] Согласно нашим представлениям, изображение представителей государственной власти в качестве акторов карикатур – уже элемент политического действия, но при этом в таком изображении есть и социальный компонент, так как, изображая «проделки чиновников», автор руководствуется целью исправления общественных нравов, если не декларируется иное. Аудитория «Искры» для XIX века была велика: ««Искра» при Степанове имела от 7 до 10 тысяч подписчиков»[354].

С.С. Трубачев, автор очерка о российской карикатуре в издании «Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней» (1903 год), на одной из первых страниц которого размещена надпись «Дозволено цензурою», резюмирует: «Сатирический элемент проявляется в современной русской карика-

[350] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 384.
[351] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 53.
[352] Там же. С. 56-57.
[353] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 398.
[354] Там же. С. 402.

туре вследствие тех или других причин, очень слабо»[355]. Даже либеральные реформы Александра II не были достаточны для снятия хотя бы некоторых ограничений для карикатуристов. В апреле 1865 года был издан закон «О даровании некоторых облегчений и удобств отечественной печати», в котором, однако, «сохранялись цензурные ограничения для публикации любых рисунков»[356], и, как и прежде, было запрещено писать об императоре и его ближайшем круге, сообщать слухи о предполагаемых действиях правительства.

Резюмируя, можно заявить вслед за Д.Н. Москиным, что политическая карикатура до начала XX века, по большому счету, сводилась к патриотической[357]. Ожидаемо таковой она была и на этапе русско-японской войны 1904-1905 годов. Общая форма была следующей: небольшие размеры японской территории и ее меньшая значимость на международной арене по сравнению с Россией находили отражение в образе макаки или злобного карлика[358]. Обязателен и другой элемент – рядом с небольшого размера Японией практически всегда оказываются ее могущественные западные союзники и подстрекатели.

Характерная карикатура: после того как в ноябре 1904 года Япония получила от Англии и США заем в 60 млн долларов, А.А. Радаков в журнале «Шут» изобразил Японию в виде непомерно раздутой резиновой куклы, которую накачивают насосами лидеры США и Англии. Подпись же говорит и о многомерности закладываемых смыслов: «Надувайте, надувайте… сам я уже не могу больше!»[359]. Надувать также означает и «обманывать»– конкретику здесь вряд ли можно найти, однако дополнительное значение слова «надувать» градус высмеивания несомненно усиливает.

В начале XX века, в период развития империализма, российская карикатура с формальной точки зрения фактически уравнялась с европейской, в некоторой

[355] Швыров А.В., Трубачев С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. С. 402.

[356] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 49.

[357] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 146.

[358] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Политика в зеркале сатиры // Родина. 2015. № 815 (8).

[359] Там же.

степени приобрела авторский характер, утвердилась в печатных СМИ и перестала использовать лубочные сюжеты. Другой вопрос – в том, что политическая карикатура не могла себе позволить иметь хоть какую-то независимость, оттого неудивительно, что революция 1905 года и ее последствия стали знаковыми событиями для «освобождения», подлинной политизации политической карикатуры.

С точки зрения развития публичной сферы революцию 1905-1907 годов в России можно считать временем, когда в городах постепенно формировался такой актор как публика (описанный в первой главе), однако в силу фактического отсутствия гражданских свобод и наличия цензуры в прессе публика никак не могла быть услышанной, стать актором общественно-политической жизни. Разумеется, художники-карикатуристы и художники в целом, как правило, были заинтересованы в том, чтобы быть профессионально вовлеченными в публичную сферу. Впрочем, и без предпосылок данной конкретной революции, следует помнить о важной социальной закономерности: «революции и войны всегда давали импульс бурному расцвету сатирического рисунка. Независимо от страны — будь то Россия, Англия или Франция — эти периоды были особенно благоприятны для развития прессы, отражающей общественное мнение и, соответственно карикатурного рисунка»[360].

Но институционализация российской карикатуры в революционное время как бы предопределила ее будущее – как пишет Г.Н. Павлов, сатирическая графика 60-х годов XIX века опиралась на «эстетические концепции русского критического реализма», а карикатура 1905 года приобретает «агитационные черты»[361], сполна раскрывшиеся уже в советское время. Важно отметить, что образы оппонентов на этом этапе не демонизировались настолько, насколько это делалось с политическими противниками уже в послереволюционное время. Высмеивание не было жестоким – и, наверное, это черта всей карикатуры времени первой русской

---

[360] Greth, K. Le dessin de caricature en Russiecommemiroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).

[361] Павлов, Г.Н. Оружия любимейшего род. М.: Сварог и К, 2002. С. 6.

революции. Из нее также, как правило, не следовало того, какая альтернатива существует высмеиваемым персонажам.

Многие из художников, до того не обращавшихся к карикатуре, приступили к ней именно во время революции 1905-1907 годов, среди них Б.М. Кустодиев и И.Я. Билибин[362], бывшие видными представителями художественного объединения «Мир искусства», а также В.А. Серов, К.А. Сомов, Е.Е. Лансере, М.В. Добужинский[363]. Спустя несколько лет свои первые шаги в карикатуре сделали будущие классики советской (Д.С. Моор, В.Н. Дени) и эмигрантской (Н.М. Ремизов) карикатуры. Художники были различного происхождения и различных политических убеждений, но неудивительно, что карикатура объединила их всех – как пишут историки революции, первая ее волна была «межклассовой»[364].

24 ноября (7 декабря) 1905 года – исторически значимая дата для развития карикатуры в России вообще и политической карикатуры в частности. В этот день император Николай II утвердил ««Временные правила», упразднявшие предварительную цензуру изобразительных материалов в печати»[365]. В новой законодательной ситуации карикатуристы (и это закономерно, так как революция направлена на свержение существующего строя) устремились публиковать карикатуры как раз на государя, которые не могли не задеть его самолюбие и самолюбие императорской фамилии. Например, на сатирическом изображении В. Беранже «Победоносцев и общественное мнение», опубликованном в журнале «Паяцы», царь изображен в виде макаки, «которая пытается спастись на голове своего наставника от насмешек и угроз»[366]. Карикатурами на царя не брезговали и признанные мастера живописи: в 1905 году И. Билибин «сделал сатирический рисунок на Ни-

---

[362] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 40.

[363] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологи. М. 2002. С. 31.

[364] Шанин Т. Революция как момент истины. Россия 1905–1907 гг. 1917–1922 гг. М.: Весь мир, 1997. С. 134.

[365] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 60.

[366] Там же. С. 66.

колая II – «Осел в 1/20 своей величины»[367], на которой государь был изображен с головой непарнокопытного. Думается, что не в последнюю очередь благодаря взрывному появлению карикатур на императора, уже 18 (31) марта 1906 года вновь вернулась предварительная цензура, а наказания за публикацию крамольных материалов ужесточились[368].

Кроме того, и в бесцензурный промежуток времени художники легко могли подвергнуться наказанию. На эту тему журнал «Стрекоза» выпустил карикатуру, на которой изображен редактор, переведший процесс изготовления газеты в тюремную камеру, из-за того, что в других местах к нему имеются претензии[369].

Помимо Николая II (хотя, следует отметить, что после 1905 года и до Февральской революции карикатуры на императора в периодической печати были строго запрещены[370]) излюбленной мишенью карикатуристов были С.Ю. Витте, П.А. Столыпин и другие реформаторы (с позиции политических оппонентов – «они»-группа реакционеров). Так, «на карикатуре в журнале «Спрут» председатель Совета министров изображен в виде бродячего шарманщика, убаюкивающего Россию песнью о «свободе»[371]. Одна из наиболее выразительных карикатур на Столыпина – авторства М. Михайлова, на которой министр внутренних дел и премьер-министр в цирковых трико идет по канату между «революцией» и «анархией» с шестом, имеющим надпись «либерализм». Зрителю становится понятно, что для Столыпина все происходящее – игра, цирковой трюк. Так, в карикатуре инсценировалось сомнение в том, что царский режим способен удержать ситуацию в стране под контролем и прекратить социальные брожения.

Персонализация карикатурных изображений в ходе событий 1905-1907 годов была исключительной. Визуальному образу Столыпина уделялось «наиболь-

---

[367] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 63.

[368] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 61.

[369] Там же. С. 60.

[370] Там же. С. 265.

[371] Там же. С. 32.

шее внимание»[372] в карикатурах финских изданий как человеку, твердо проводившему курс русификации Финляндии (Финляндия в исследуемый промежуток времени прошла путь от «расширения императором автономных прав Великого княжества Финляндского» до провозглашения поворота к «подчинению Финляндии общеимперскому законодательству»)[373]. Карикатуры эти не жестоки по отношению к Столыпину и не показывают его самодуром, однако всякий раз подчеркивается его несгибаемость в отношении Финляндии – например, «создан образ мистического и таинственного Столыпина, размышляющего за курением табака», провозглашающего «что если не удастся получить деньги от Франции, то нужно будет высосать их из Финляндии»[374].

В революционное время заиграл с новой силой привычный с XIXвека упрек в адрес абстрактного чиновника (достаточно типичной для российской культуры «они»-группы), сделанный средствами карикатуры: например, в журнале «Осколки» за 1905 год бюрократ в ужасе глядит на привидение с надписью «гласность», а подпись к карикатуре гласит: «Ужасный призрак, что тебе от меня надо?»[375]. Юмористический фрейм в данном случае шел рука об руку с требованиями демократизации общественной жизни и использовался против тех, кто этой демократизации противостоял.

Интересно, что по наблюдению искусствоведа Г.Ю. Стернина, в ходе революции 1905-1907 годов изменился и преимущественный эффект воздействия карикатуры на зрителя: акцент сместился от литературной фабулы к создаваемому выразительному художественному образу[376]. Карикатура стала точечной и конкретной, и не в последнюю очередь благодаря тому, что российская публика обрела привычку наблюдать политическую карикатуру в прессе. Как пишет литературовед Л. Евстигнеева, «революция 1905 г. вызвала невиданный расцвет сатирической журналистики. Один за другим выходили остро злободневные журналы и

[372] Арзамасцева Е. Н. Визуальный образ российской власти в фин-ляндской печати 1905–1908 гг. // Труды кафедры истории Нового и новейшего времени. 2014. № 13. С. 201.
[373] Там же. С. 198.
[374] Там же. С. 202.
[375] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 34.
[376] Там же. С. 33-34.

журнальчики: «Зритель», «Молот», «Пулемет», «Сигнал», «Стрелы», «Жупел» и многие другие. Задиристые и злые, они больно задевали министерскую верхушку, нередко нападали на "августейшее царское семейство", смело расправлялись с царскими генералами и губернаторами. Всю Россию обошел «Пулемет» Шебуева с кровавой треповской пятерней на манифесте о свободах. Шебуев переиначил знаменитый приказ Трепова (товарищ министра внутренних дел, заведующий полицией – **прим. авт.**): «Патронов не жалеть»[377]. Стало быть, с содержательной точки зрения карикатуры в журналах революционного периода представляли собой некоторую контратаку, пропорциональный ответ на действия властей в символической форме.

Интересно, что и с формальной стороны в карикатурных журналах стал появляться язык обозначения видных государственных деятелей: «маленький уродец с шишкой на темени означал Николая II, стадо ослов – царское семейство, усы кольцом – Столыпина, усы торчком, кверху – Головина (председатель Государственной Думы Российской империи второго созыва)»[378]. Из-за усиления реакции распространиться на более широкий круг лиц этому языку было не суждено, однако подобный схематизм мы еще встретим в последующей истории российской карикатуры.

Карикатурные журналы продолжали издаваться – между революциями 1905 и 1917 года в печать выходили журналы «Развлечение», «Будильник», «Шут», «Стрекоза», «Сатирикон» (с 1908 по 1914 годы), «Новый Сатирикон» (с 1913 года)[379]. Свое кредо эти издания выражали откровенно. Так, в первом номере «Сатирикона» было объявлено «Мы будем хлестко и безжалостно бичевать все беззаконие, ложь и пошлость, которые царят в нашей политической и общественной жизни»[380]. Уже в самой декларации акцентируется социальная, сатирическая направленность на исправление нравов в противоположность актуальной политической критике. С началом Первой мировой войны предсказуемо была активизиро-

---

[377] Евстигнеева Л. А. Журнал "Сатирикон" и поэты-сатириконцы. М.: Наука, 1968. С. 12.
[378] Там же.
[379] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 36.
[380] Там же. С. 37.

вана политическая карикатура, направленная на внешнего врага, под которым чаще всего подразумевались кайзер Вильгельм II, изображавшийся «жалким, смешным, а то и просто страдающим мегаломанией сумасшедшим» или немец как таковой, представавший в виде «цивилизованного варвара»[381].

Февральская революция 1917 года усилила демократический дух, ей были окончательно сняты цензурные покровы, после чего печать стала распространяться в невиданных масштабах. Только газет и журналов политических партий в марте-октябре 1917 года выходило около 600[382]. Реакция карикатуристов на происходящие события была резкой и живой, они рефлексировали по поводу тех пережитков старого строя, которые казались им актуальными и по сей день. Пережитки эти отображались в карикатурах на многочисленные «они»-группы и конкретных критически воспринимаемых политических деятелей: публиковались до тех пор писавшиеся в стол карикатуры на монархию, распространились антибуржуазные карикатуры, сатирические изображения, посвященные нерешенному аграрному вопросу, карикатуры на генерала Л.Г. Корнилова и других действующих лиц политической арены[383].

По мнению П. Баратова, весной и летом 1917 года главными объектами карикатур были большевики и конкретно Ленин: в журналах «Новый Сатирикон», «Стрекоза», «Бич», «Пугач» его высмеивали как «германского агента», получившего от кайзера немалую сумму денег[384].Существенно отметить, что в 1917 году карикатура еще в большей мере упрочила свое положение в печатных СМИ.

Готовность к патриотической мобилизации с непременным восхвалением выделяемых по различным признакам «мы»-групп и критикой «они»-групп, выписывание черт героев карикатуры до мельчайших подробностей, в высокой степени уродливое их изображение, стереотипизация деталей изображаемого объекта

[381] Цыкалов Д.Е. Карикатура как орудие пропаганды в период Первой мировой войны // Вестник ВолГУ Серия 4. История. Регионоведение. Международные отношения. 2012. №1. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/karikatura-kak-orudie-propagandy-v-period-pervoy-mirovoy-voyny (дата обращения: 12.05.2016).
[382] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 65.
[383] Там же. С. 276, 278, 282.
[384] Баратов П. «Апрельские тезисы» русской сатиры // Дилетант. 2013. № 4 (16).

– вот характеристики российской карикатуры XIX – начала XX веков, многие из которых были усугублены в дальнейшем. В условиях плюрализма СМИ эти черты довольно безобидны. В силу затрудненности доступа к газетам и журналам начала XX века, представленности карикатур в основном в специализированных журналах[385] и сложности с определением выборки из-за политической разнонаправленности сатирических журналов, дореволюционные карикатуры не будут включены в последующий анализ. То же касается и хаотично возникавших карикатур времен Гражданской войны. Тем не менее, их анализ будет включен в следующий параграф, посвященный бытованию карикатур на последующих этапах жизни российского общества. В нем планируется отразить основные формальные и содержательные особенности политических карикатур на каждом из этапов с вычленением определенных сходств и различий между ними еще до проведения эмпирического исследования. Подобная исследовательская работа позволит более отчетливо сформулировать дальнейшие гипотезы.

§ 2. Российские трансформации XX века в зеркале политической карикатуры

В силу определенных исторических причин в России всегда стояла проблема более или менее адекватного и свободного отображения общественной реальности в произведениях искусства. Ее актуальность была довольно остра на всех этапах модернизации жизни в России (начиная с Петра I). Опыт отражения общественно-политической реальности, накопленный в советское время (в том числе в диссидентском ключе), важен для понимания функционирования современной политической карикатуры России в период обострения споров о коллективной идентичности различных категорий населения, поэтому в работе этому будет уделено значительное внимание.

Политическая карикатура советского времени отличается от предшествующей и последующей тем, что она находилась под исключительным влиянием идеологии. С содержательной точки зрения художники были закрепощены: в осо-

[385] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 36.

бенности до этапа «оттепели» разделение на «мы» и «они» было заранее предопределено и не допускало малейшего отхода от идеологического канона. Тем не менее, исподволь коммуникаторы-художники проносили в карикатуры более глубокие смыслы, чему будет непосредственно посвящена исследовательская часть, сейчас же обратимся к тому, как советская карикатура развертывалась исторически.

Логика нашего исследования, согласно которой в духовных отношениях отражается широкий круг общественных отношений, ведет к необходимости выделения хронологических этапов, в пределах которых можно говорить и об особой художественной репрезентации происходящего в их рамках. Это послужит возможностью для проведения теоретического и эмпирического сравнительного анализа применительно к выдвинутым гипотезам. Являя своим предметом содержание общественных отношений, отношения по поводу создания, рецепции и интерпретации карикатурных произведений, с точки зрения автора работы, подвержены схожей с ними периодизации, совпадающей со сменой основных властных нарративов. То же касается и постсоветской России.

Историю России XX-XXI веков мы предлагаем разделить на следующие этапы: от Октябрьской революции 1917 года до марта 1921 года, когда в марте 1921 года В.И. Ленин «добился принятия решения»[386] о замене продразвестки продналогом, что фактически означало начало Новой экономической политики (НЭПа). Следующий этап: март 1921 – 1928 годов. 1928 год стал началом сталинской модернизации и ужесточением внутренней политики – политическими процессами, определяющими общественно-политическую жизнь вплоть до начала Великой Отечественной войны. В 1928 году стартовала коллективизация и первая пятилетка, а также был проведен Первый крупный политический процесс по выявлению врагов народа – «Шахтинское дело»[387]. Третий отдельный этап – Великая Отечественная война 1941-1945 годов.

---

[386] Голотик С.И. Советская Россия в 20-е гг.: НЭП, власть большевиков и общество [Электронный ресурс] // Новый исторический вестник. 2000. №2. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/sovetskaya-rossiya-v-20-e-gg-nep-vlast-bolshevikov-i-obschestvo

[387] Там же.

Дальнейшие этапы жизни советского общества хронологически совпадают с приходом к власти различных руководителей СССР и сопровождавшими их приход существенными изменениями в общественно-политической жизни: 1945-1953 (год смерти Сталина и назначения Хрущева первым секретарем ЦК КПСС), 1953-1964 (хрущевская «оттепель»), 1964-1985 («застой»), 1985-1991 («перестройка»), 1991-2000 (Россия при Борисе Ельцине), 2000-2008 (первые два президентских срока Владимира Путина), 2008 – 2017 (от президентства Дмитрия Медведева до продолжающегося третьего срока Путина). Последний этап является для нас современностью, и, несмотря на различия в стилях управления Медведева и Путина, рынок печатных СМИ, их идейные позиции, в 2008-м и в 2017-м годах фактически идентичны.

Обратимся к первому этапу. Несомненно, одна из причин прихода и закрепления у власти большевиков кроется в их умелой агитации. Одним из агитационных инструментов, выгодно изобличавших оппонентов, В.И. Ленин считал карикатуру. Еще в 1912 году он указывал издателям «Правды»: «среди иллюстрационных материалов обязательно давать карикатуру», а основной задачей карикатуры считал «иллюстрирование идей коммунистической партии и критику противников этих идей»[388].

Революция и Гражданская война – события и процессы, в рамках которых социальные и политические отношения напрямую подчиняют себе духовные, используя культурную и символическую продукцию для обретения либо сохранения власти, а также до предела обостряя представления о «мы»-идентичности и «они»-идентичности. В 1917-1920 годах художественное искусство, обращенное к массам, имело отчетливую мобилизационную цель, оттого карикатурное искусство (в особенности, советской власти) было тесно связано с плакатным, причем плакат был основным инструментом, а карикатура – дополняющим его. Интенционально они различны, как справедливо указывает А.Г. Алтунян, «плакат — это прямое авторское слово, карикатура — это прежде всего критическая оценка

[388] Казаневский В.А. Искусство современной карикатуры. Киев: Альтерпрес, 2004. С. 142.

чужого прямого слова»[389]. Элементы несоответствия, которое и является собственно комическим, в плакате присутствуют, однако далеко не всегда. Например, в знаменитом агитационном плакате Д.С. Моора «Ты записался добровольцем?» карикатурных элементов нет, при том, что Моор как и другие основоположники советского политического плаката «родом из» журнальной сатиры. В другом знаменитом плакате Моора – «Врангель еще жив, добей его без пощады» карикатурные элементы есть, так как на нем изображен уничиженный барон Врангель, с подчеркнуто огромной рукой, по которой собирается нанести удар красноармеец.

Плакатной с элементами карикатуры была и военная художественная сатира белогвардейцев – на плакате «Изгнание Троцкого из Кубани» (1919) изображены кубанцы, «отвешивающие» председателю Реввоенсовета пинок ногой. Троцкий при этом одет во все черное и так же как Врангель наделен непропорциональными частями тела. При содержательном сходстве главных персонажей карикатур, очевидно, что если высмеиваемый на «белой» карикатуре изгонялся в пространственном смысле, то высмеиваемый на «красной» карикатуре уничтожался физически.

Об этой разнице между «красной» и «белой» пропагандой подробно пишет С. Шешунова: «советские агитационные тексты резко выделяются многочисленными призывами не просто победить, а непременно убить противника: *Смерть беспощадная врагам революции!*; *Смерть Хвостиковым*»[390], чего в столь откровенном виде предыдущая российская карикатура не знала. Данная эстетико-пропагандистская черта касалась любой агитации: если «в Красной армии были бронепоезда «Смерть Деникину» и «Смерть кадетам», то «ни один белый бронепоезд не носил названия «Смерть Троцкому» или «Смерть комиссарам»[391].

Карикатура в годы Гражданской войны напрямую служила политическим целям противоборствующих сторон, и важно отметить, что советские государственные деятели эксплицировали ее как «оружие», карикатура не была спонтан-

[389] Алтунян А. Г. Анализ политических текстов. М.: Университетская книга; Логос, 2006. С. 172.
[390] Шешунова С. Язык пропаганды 1918–1922 гг. в контексте русской культуры: [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.postsymbolism.ru›joomla/index.php
[391] Там же.

ным агитационным инструментом. Первый нарком просвещения РСФСР А.В. Луначарский утверждал: «В борьбе смехом мы имеем право изображать врага карикатурно»[392].

В 1918 году было создано Российское телеграфное агентство (РОСТА), деятельность которого была многообразна, но особую известность приобрели «Окна РОСТА», идея выпуска которых принадлежала художнику М. Черемных[393]. Это был синтез плакатного искусства с карикатурным. «Окна» множились с помощью трафаретов и рассылались в десятки отделений РОСТА по всей стране[394], где ежедневно менялись[395]. Особую роль в их создании играл Владимир Маяковский. Кроме конкретных врагов советской власти на карикатурах регулярно изображались так называемые «бывшие»: дворянская аристократия, буржуи, их жирные подруги и их разного рода прихлебатели»[396]. «Окна РОСТА» были многосоставными по своей композиции. Как пишет современник событий, В. Дувакин, это была «и ядовитая карикатура, и боевой призыв, и убедительный разговор с читателем, и звонкий лозунг»[397].

Постепенно карикатуры стали публиковаться и в газетах (после «Декрета о печати» 27 октября 1917 года), когда стала формироваться советская партийная журналистика, а «органы прессы, призывающие к открытому сопротивлению или неповиновению Рабочему и Крестьянскому правительству» и «сеющие смуту путем клеветнического извращения фактов»[398], как гласит Декрет, стали насильственно закрываться.

---

[392] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 273.

[393] Федосов Е.А. Сибирский период в биографии советского художника-карикатуриста М. М. Черемных [Электронный ресурс] // Вестник Томского государственного университета. История. 2013. №6 (26). Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/sibirskiy-period-v-biografii-sovetskogo-hudozhnika-karikaturista-m-m-cheremnyh (дата обращения: 15.02.2016).

[394] Окна РОСТА :[Электронный ресурс] // Большая советская энциклопедия. М. :Советская энциклопедия. 1969–1978. Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/115897/%D0%9E%D0%BA%D0%BD%D0%B0 (дата обращения: 27.10.2015).

[395] Дувакин В. Грозное оружие: [Электронный ресурс] // Смена. 1936. № 280. Режим доступа: smena-online.ru/stories/groznoe-oruzhie+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ru (дата обращения: 11.04.2016).

[396] Алтунян А. Г. Анализ политических текстов. М.: Университетская книга; Логос, 2006.

[397] Дувакин В. Грозное оружие: [Электронный ресурс] // Смена. 1936. № 280. Режим доступа: smena-online.ru/stories/groznoe-oruzhie+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ru (дата обращения: 11.04.2016).

[398] Куликова С.А. Конституционный запрет цензуры в России: [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://books.google.ru/books?isbn=5392202381(дата обращения: 17.02.2016).

Первая советская карикатура росла на почве, разгоряченной Революцией и Гражданской войной, оттого ее жесткий и антагонистичный характер в данных конкретных идеологических условиях был фактически предопределен. Этот характер, а также то, что Революция и Гражданская война способствовали увеличению вмешательства государства в жизнь людей[399], определили обязательное наличие «они»-группы в публичном дискурсе, изменяющейся в зависимости от политических обстоятельств: после победы над внутренним врагом советская власть жаждала победы над внешним соперником, в какой-то мере искренне надеясь на мировую революцию. Так и художники-карикатуристы где-то выражали искренний пыл борьбы, где-то солидаризировались с генеральной линией, изобличая государственных противников.

Следующий этап – Россия времен НЭПа. Часто принято думать, что это время отличалось известной степенью экономических свобод, но стоит отметить, что в социально-политическом смысле как раз этот этап – после Гражданской войны – стал временем, в которое единообразие в отношении к абсолютному большинству явлений общественной жизни стремительно возрастало. Создавались соответствующие контролирующие институции: так, 6 июня 1922 года был издан Декрет Совнаркома о создании Главлита РСФСР «в целях объединения всех видов цензур»[400]. По оценке П.С. Рейфмана, Главлит не только запрещал, но и «активно участвовал в создании лживых мифов о «прекрасной советской действительности»»[401]. Виза Главлита должна была стоять на любом «произведении, опубликованном разными видами информации (от пригласительных билетов, театральных афиш, рекламы, газетной, радио и телевизионной хроники до художественных произведений литературы, живописи, театрального искусства)», при том его работа продолжалась без изменений практически все советское время[402].

---

[399] Сорокин П.А. Социология революции. М.: РОССПЭН, 2005.

[400] Рейфман П. С. Цензура в дореволюционной, советской и постсоветской России. Ч. 2. Советская и постсоветская цензура :[Электронный ресурс] Т. 1: Цензура в дореволюционной России. Режим доступа: http://reifman.ru/sovet-postsovet-tsenzura/(дата обращения 26.10.2015).

[401] Там же.

[402] Рейфман П. С. Цензура в дореволюционной, советской и постсоветской России. Ч. 2. Советская и постсоветская цензура :[Электронный ресурс] Т. 1: Цензура в дореволюционной России. Режим доступа: http://reifman.ru/sovet-postsovet-tsenzura/(дата обращения 26.10.2015).

Разумеется, средства массовой информации – один из эффективных способов формирования советской «публики» (публикой в понимании Г. Тарда она, конечно, не являлась, будучи скорее аудиторией). Сеть периодических изданий, чье содержание утверждалось Главлитом, также сложилась к середине 1920-х годов. Именно тогда к «Правде» и «Известиям» добавились такие общесоветские газеты как «Труд», «Комсомольская правда», «Пионерская правда», «Красная звезда»[403]. Для более наглядного отображения обозначаемых тенденций ниже следует обзор одного из номеров «Труда» того времени.

В газете «Труд» информация о внешнем мире, подающаяся с надеждой на скорый триумф мировой революции и прокоммунистических сил, перемежалась с перечислением мер по поддержке трудящихся и наказанию саботажников. Внешнеполитическая пропагандистская карикатура сочеталась с той, что затрагивает отечественные проблемы – например, в «Труде» от 1 апреля 1928 года на первой странице можно наблюдать карикатуру «Дорогое удовольствие». На ней изображен здоровенный детина, очевидно, пролетарий, который глядит на витрину и видит книги, над каждой из которой расположен ценник с разбросом от 2 до 5 рублей. Самая дорогая – книга Ивана Евдокимова «Колокола». Под карикатурой – подпись: «Хороший писатель Евдокимов, прямо любо… дорого». Необходимо быть тонким знатоком временного контекста, чтобы понять, высмеивается ли здесь дороговизна книг или то, что советский человек оценивает литературные произведения, исходя из их стоимости.

Исследуемый этап – этап обретения советской государственности, которая во многом строилась на антагонизме в отношении остального (капиталистического) мира, что нашло отражение в получившей широкое распространение внешнеполитической карикатуре. Под подобного рода искусство была подведена необходимая идеологическая база, выраженная в словах А.В. Луначарского о праве советских художников на изображение внешнего мира: «таким искусственным и

[403] Овсепян Р. П. В лабиринтах истории отечественной журналистики. Век XX. М.: Изд-во РИП-холдинг, 2001. С. 92.

неправдоподобным образом карикатура выясняет внутреннюю правду ярче и острее, чем какой бы то ни было другой прием»[404].

Как правило, ее композиция была проста, а сообщением в ней содержащимся советская карикатура представляла собой «часть официального дискурса, ориентированного на массовую аудиторию»[405]. Этот официальный дискурс, как пишет А.В. Голубев, создавался «как великая борьба между силами прогресса, олицетворяемыми в первую очередь коммунистическим и рабочим движением, и силами реакции, причем победа первых была неотвратима, как второе пришествие Христа в представлении верующих»[406].

Дискурсивное описание, направленное во внешний мир, на страницах СМИ по назойливости (да и по количеству) превосходило вопросы актуальной общественной, хозяйственной жизни так, что «внешний мир, даже в отдаленных районах страны, в сельской «глубинке», на национальных окраинах, стал восприниматься как некая реальность, имеющая отнюдь не абстрактное, а вполне практическое значение для повседневной жизни»[407]. В небольшом количестве существовали и карикатуры на внутриполитические темы, включавшие в себя образы чиновников или сотрудников правоохранительных органов, что уже относит их к политическим. Образ внутреннего врага, изображенного в карикатуре исследуемого этапа и последующих лет советской власти, был задан буквально в соответствии с заветами В.И. Ленина, которого цитирует Г.Н. Павлов – это «бюрократ» и «мещанин»[408].

Существенное свойство этой и другой советской политической карикатуры в том, что в ней вовсе не изображались политические деятели советской России, представители «мы»-группы, по крайней мере, в отношении антагонистичного внешнего мира. Они были вне поля смешного (редкие попытки дружеских шар-

---

[404] Луначарский А.В. Статьи о литературе. В 2-х т. Т.2. М.: Художественная литература, 1988. С. 388.
[405] Мельников С.С. Исторические предпосылки институционализации политического юмора / С.С. Мельников // Вестник МГИМО-Университета. 2014. № 6. С. 224.
[406] Голубев А.В. «Ансамбль международной свистопляски»: Европа в советской политической карикатуре 20-30-х годов // Проблемы российской истории. Магнитогорск, 2003. Вып. 2. С. 472–497.
[407] Там же.
[408] Павлов Г.Н. Оружия любимейшего род. М.: Сварог и К, 2002. С. 8.

жей существовали в начале 1920-х годов в журнале «Прожектор»[409]). Как отмечает А.Г. Алтунян, «партийных лидеров на карикатурах предпочитали не изображать ни в положительном, ни, тем более, в сатирическом контексте»[410]. Редкие исключения – деятели второго ряда вроде А.В. Луначарского и М.И. Калинина. Алтунян приводит карикатуру 1925 года, где шаржированные Калинин и Луначарский «показаны в обстановке мещанско-купеческого быта: на стенах «богатые» обои, на столе самовар, большая банка с вареньем, Калинин как крестьянский староста пьет чай из блюдечка, Луначарский — интеллигент (см. ручку в кармашке жилета) – из стакана. На стенах висит «коммунистический иконостас»[411].

Еще раз подчеркнем, что именно 1920-е годы стали временем, когда описанная тенденция к замещению внутреннего международным достигла своего апогея: согласно А.В. Голубеву, при анализе материалов журналов «Крокодил» с 1922 по 1939 годы оказывается, что «наибольшее количество карикатур на международную тематику (180 карикатур в 48 номерах) было опубликовано в 1923 году»[412]. Историк объясняет это ожиданием начала мировой революции, но возможно объяснить это распространение через простую необходимость формирования идеологического единообразия в молодом авторитарном государстве.

Однако относительные свободы 1920-х и некоторый культурный подъем после Гражданской войны привели к появлению целого ряда сатирических журналов, среди которых «журналы «Смехач» (1924–28) и сменивший его «Чудак» (1928–30), петроградские «Бегемот» (1924–28), «Пушка» (1926–29) и «Ревизор» (1929–30)»[413]. В них не было агрессивности и направленности на уничтожение врага, как в плакатах гражданской войны, но в целом большинство карикатур были направлены на внешних оппонентов и, в особенности, на социально чуждых

---

[409] Иванюшкин А.А. Политический юмор как фактор взаимодействия общества и власти: дис. на соиск. кан. полит. наук. Москва, 2006. С. 77.
[410] Алтунян А. Г. Анализ политических текстов. М.: Университетская книга; Логос, 2006. С. 172.
[411] Там же.
[412] Голубев А.В. «Ансамбль международной свистопляски»: Европа в советской политической карикатуре 20-30-х годов // Проблемы российской истории. Магнитогорск, 2003. Вып. 2. С. 480.
[413] Там же. С. 477.

элементов – нэпманов, торговцев, тунеядцев. Их карикатура клеймила жестче, нежели мещан и бюрократов.

Помимо содержательной стороны карикатуры, в 1920-е годы устоялась формальная сторона комического рисунка, характерная и для позднейших десятилетий. Это и закрепление определенных персонажей (в основном – противных существующему строю), масок, точно в комедии дель арте: «это с чудовищными животами банкиры-капиталисты в котелках, священники с отъевшимися физиономиями, у американцев всегда ноги на столе, дядя Сэм с подагрическими ножками…»[414]. Многие из них ведут свое происхождение еще с плакатов РОСТа, где состав персонажей был также типизирован. Существенный момент – далеко не всегда, учитывая сугубо визуальный, психологический компонент, а не компонент субъективного смысла коммуникатора, положительные советские персонажи вроде рабочего, солдата и крестьянина, воспринимались выигрышно на их фоне.

Сформировались и визуальные черты, главная из которых – обилие подписей – «эпиграфа (часто в виде цитаты), определяющего конкретный повод для появления данной карикатуры; названия карикатуры; подписи под рисунком, чаще всего в виде прямой речи действующих лиц; поясняющие надписи на тех или иных элементах рисунка»[415]. Эта черта вновь отсылает нас к тому, что единообразные политические карикатуры советского времени имели подчеркнуто идеологическую задачу, в значительной степени превалирующую над собственно юмором, позицией художника, его творческим самовыражением – отображается здесь реальность преимущественно сконструированная, хотя и событийно имеющая связь с реальностью эмпирической. Нельзя назвать несправедливой оценку В. Казаневского о существовании группы «карманных» карикатуристов, прославлявших коллективного тирана в виде партии и ее вождей[416].

[414] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологи. М. 2002. С. 33.

[415] Голубев А.В. Образ Европы в советской карикатуре 20-30-х годов // Труды Института российской истории. М., 2005. Вып. 5. С. 266.

[416] Казаневский В.А. Искусство современной карикатуры. Киев: Альтерпрес, 2004. С. 141.

Распространение карикатур посредством масс-медиа вписывалось в общий контекст распространения идеологически верных изображений – в 1920-е годы на различных предприятиях стала налаживаться массовая работа: «выпуск листовок, сатирических плакатов, иллюстрированных многотиражек, диапозитивов»[417].

На этапе 1928-1941 годов заданные ранее каноны карикатуры оформились еще строже. Первые пятилетки, коллективизация, индустриализация, начало широкой волны репрессий – все эти процессы, способствовавшие формированию в СССР тоталитарной системы, требовали злобно-насмешливых идейно выверенных карикатур. На указанном этапе политические карикатуры печатались в журнале для крестьян «Лапоть», в журнале «Безбожник», «Правде», «Известиях», «Труде»[418]. Но «наиболее, стабильным, популярным и многотиражным» средством трансляции карикатур к зрителю оставался журнал «Крокодил». В 1933 году его тираж достиг потолка в 500 тысяч экземпляров[419].

В тот же год на деньги от продажи журнала был выстроен самолет в виде крокодила: только в первом полете он «налетал больше семи тысяч километров от Москвы до Свердловска. Карикатуристы посещали предприятия в различных городах и собирали там темы для новых карикатур»[420]. Последнее обстоятельство указывает на то, что перегибы на местах входили в поле зрения художников и редколлегии «Крокодила», однако по занимаемому на полосах месту они проигрывали внешнеполитической карикатуре.

Содержательно изобразительная часть «Крокодила» включала в себя отклик на актуальные внешнеполитические события (например, в 1932 году – на оккупацию Японией части территории Китая и образования марионеточной республики Маньчжоу-го) перманентную насмешку над различными «они»-группами: внешнеполитическим оппонентом (империалистические страны), внутренним классовым врагом (белоэмигранты, священнослужители, кулаки, «оппортунисты»), средними слоями советского чиновничества (огрехи бюрократов). Эта злобная на-

[417] Казаневский В.А. Искусство современной карикатуры. Киев: Альтерпрес, 2004. С. 142.
[418] Голубев А.В. «Ансамбль международной свистопляски»: Европа в советской политической карикатуре 20-30-х годов // Проблемы российской истории. Магнитогорск, 2003. Вып. 2. С. 478.
[419] Там же.
[420] Казаневский В.А. Искусство современной карикатуры. Киев: Альтерпрес, 2004. С. 143.

смешка разбавлена редкой общественной сатирой (например, в номере 9 за 1932 год, на карикатуре К. Ротова «Старые рабочие не помогают новичкам» изображены два выпивших рабочих, а под ней в подписи указана реплика: «Говорят, что я не помогаю новичкам… А без моей помощи ты бы выпил восемь кружек пива?»).

Всеохватность политической карикатуры оценивается по-разному: так, один из столпов советской карикатуры Борис Ефимов несколько утрированно утверждал, что «всякая карикатура в СССР была политической» и лишь подразделялась на две категории – «для внутреннего употребления и международного»[421]. Наиболее плодотворный исследователь начальной советской карикатуры с социокультурных позиций А.В. Голубев, наоборот, полагает, что «термин «политическая карикатура» в СССР межвоенного времени применялся исключительно к карикатуре на международные темы»[422], что есть некоторое преувеличение.

По оценке того же А.В. Голубева, количественно анализировавшего карикатуру в журнале «Крокодил», преимущественный сюжет в карикатурах, посвященных Европе, по крайней мере, до прихода власти в Германии Адольфа Гитлера в 1933 году – европейские внутриполитические проблемы, а именно: «кризисы, революционное движение, репрессии, тяжелое положение трудящихся»[423]. Второй популярный сюжет – откровенно гипертрофированная на фоне того, что происходит в действительности, агрессия коллективной Европы против СССР. Она выражается в форме «крестового похода» как в одноименной композиции Ю. Ганфа, где «большая группа западноевропейских политиков и российских эмигрантов (в том числе О. Чемберлен в доспехах, Э. Эррио в белье и ночном колпаке, маршал Фош на игрушечной лошадке и т.д.) длинной вереницей отправляются в поход против СССР»[424]. Или, например, карикатура «В панъевропейской больнице», где главным персонажем является, выдвинувший идею «Пан-Европы» А. Бриан, ко-

---

[421] Greth, K. Le dessin de caricature en Russiecommemiroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).

[422] Голубев А.В. Образ Европы в советской карикатуре 20-30-х годов // Труды Института российской истории. М., 2005. Вып. 5. С. 274.

[423] Там же. С. 288.

[424] Там же. С. 283.

торый «заражает восточноевропейские страны (узнаваемы на рисунке, в частности, Польша и Болгария) бациллами бешенства, направленного против СССР»[425].

На страницах советских изданий 1920-х–1930-х годов Европа изображалась как враг, причем действительные социальные события далеко не всегда коррелировали с тем, что изображалось в карикатурах. Но нельзя сказать, что карикатура создавала действительность, параллельную эмпирической. Так, до поры до времени усиливавшего свои позиции А. Гитлера, активно и агрессивно использовавшего антикоммунистические лозунги, советские карикатуристы «то похваливали, то не трогали»[426]. Однако с его приходом власти в 1933 году «советские карикатуристы набросились на него со всей чудовищной ядовитой силой»[427]. За 1933 – 1939 годы Гитлер стал превосходить остальных персонажей карикатур, недаром, только в «Крокодиле» теме гитлеровской Германии было посвящено «более 200 карикатур», кроме того, они «регулярно публиковались в других журналах и газетах, в альбомах известных карикатуристов, например, Б. Ефимова или Кукрыниксов»[428]. Весьма существенно, что к 1940 году рецепция массовых изданий становилась более осознанной: по официальным данным, к 1936 году было обучено 40 млн. неграмотных[429]. Однако грамотность в первую очередь позволяла понять интенции сконструированного мира и лишь во вторую очередь рассуждать о его основаниях.

О том, что карикатуристы, как и прочие сатирики, находились под непосредственным давлением советской власти, свидетельствует пристальное внимание к их деятельности. Так, в мае 1927 года было принято постановление отдела печати ЦК ВКП(б) «О сатирико-юмористических журналах», а в августе 1928 года постановление секретариата ЦК ВКП(б) «О сатирических журналах». Общий дух их был критическим по отношению к сатирикам: они еще не являлись, но им

[425] Голубев А.В. Образ Европы в советской карикатуре 20-30-х годов // Труды Института российской истории. М., 2005. Вып. 5. С. 283.
[426] Казаневский В.А. Искусство современной карикатуры. Киев: Альтерпрес, 2004. С. 141.
[427] Там же.
[428] Голубев А.В. Образ Европы в советской карикатуре 20-30-х годов // Труды Института российской истории. М., 2005. Вып. 5. С. 489.
[429] Ликвидация безграмотности: [Электронный ресурс] // Российский образовательный портал. Режим доступа: http://museum.edu.ru/catalog.asp?cat_ob_no=13047&ob_no=13401(дата обращения 24.02.2016).

еще только было необходимо стать «органами бичующей политической сатиры», нацеленной против «классовых врагов и внутри и за пределами СССР и против враждебной пролетариату идеологии», против «классового перерождения, бюрократизма, идеологической пошлости и стихии НЭПа». Пока же журналы выполняли работы неудовлетворительно, так как приспосабливались к своей «служилой и интеллигентской аудитории, сбиваются на обывательщину и мещанское зубоскальство»[430].

Некоторых вполне системных карикатуристов репрессии затронули лично: так, регулярный автор «Крокодила» и иллюстратор детской литературы Константин Ротов провел 14 лет в концлагерях после того как его неопубликованную карикатуру сочли оскорбительной. На карикатуре была изображена лошадь, евшая овес из мешка. На спине лошади сидели птички. К хвосту была привязана табличка «Закрыто на обед»[431]. Художник был арестован с формулировкой «дискредитация советской торговли и советской кооперации» по доносу коллеги по цеху М.Б. Храпковского[432].

По большому счету, обилие агрессивной карикатуры, как и другие подобные коммуникационные инструменты латентно готовили советского гражданина к принятию будущей войны. Вероломное нападение фашистской Германии на Советский Союз вновь, как и в годы Гражданской войны, вывело на передний план плакатный жанр, который опять-таки был карикатурным лишь отчасти. Такие плакаты как «Родина-мать зовет» И.М. Тоидзе или «Пьем воду родного Днепра» В. С. Иванова вдохновляли на подвиги в тылу и на фронте, но были прямолинейными и лишенными присущего юмору несоответствия. Оно, впрочем, сполна было реализовано в сатирической форме в «Окнах ТАССа», заступивших на место «Окон РОСТа» (многие участники нового мобилизационного проекта участвовали и в «Окнах РОСТа», включая основателя М.М. Черемных). Новые «Окна», как и их предшественники, создавались не печатью, а наносились через трафа-

---

[430] Голубев А.В. «Ансамбль международной свистопляски»: Европа в советской политической карикатуре 20-30-х годов // Проблемы российской истории. Магнитогорск, 2003. Вып. 2. С. 477.

[431] Казаневский В.А. Искусство современной карикатуры. Киев: Альтерпрес, 2004. С. 143.

[432] Новоселова М. Константин Ротов. История одного крокодильца [Электронный ресурс] // Уроки истории. XXвек. 2015. Режим доступа: http://urokiistorii.ru/node/52377/ (дата обращения: 09.03.2016).

рет[433]. Это позволяло художникам мгновенно реагировать на про-исходящие события.

Власти нацистской Германии осознавали высокую роль карикатуры в патриотической мобилизации советского народа; существует точка зрения, что Гитлер лично составил список советских художников, которых обещал повесить после взятия Москвы[434]. «В черном списке нацистов»[435] находились Кукрыниксы, заслуживающие особого упоминания среди творцов сатирического плаката. Художники М.В. Куприянов, П.Н. Крылов и Н.А. Соколов начали совместную деятельность в середине 1920-х годов, а их первые политические плакаты относятся к 1930 году[436]. Исследователи неоднократно отмечали их особую популярность в народе[437].

Изображая Гитлера, Муссолини, Геринга и других лидеров фашистской Германии и стран-союзников, Кукрыниксы делали их подчеркнуто уродливыми; степень уничижения была максимальной. Она подспудно обеспечивала реципиенту убежденность в том, что «враг будет разбит», а «победа будет за нами». Гитлер изображался бесноватым, стоящим на голове и повернутым задней частью корпуса к своим подчиненным, Геринг – подчеркнуто тучным, немецкий солдат – в виде человекообразной обезьяны. Биограф Кукрыниксов А. Каменский справедливо подчеркивает, что такое отображение не только «придавало силы в смертельной схватке», но и являлось смехом «исторической справедливости» (в понимании авторов), смехом «с позиции морального и общественного превосходства»[438].

Использование красок вместо печатных инструментов создавало особую живописность так, что включение Кукрыниксов в плеяду лучших художников своего времени обусловлено и изобразительной составляющей их творчества. Отличие художников от типичных карикатуристов советского времени отмечает ис-

---

[433] Окна ТАСС: [Электронный ресурс]// Большой энциклопедический словарь. 2000. Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/219030 (дата обращения 15.02.2016).
[434] Казаневский В.А. Искусство современной карикатуры. Киев: Альтерпрес, 2004. С. 141.
[435] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 151.
[436] Иоффе, М. Десять очерков о художниках-сатириках. М.: Сов. Художник, 1971. С. 224.
[437] Казаневский В.А. Искусство современной карикатуры. Киев: Альтерпрес, 2004. С. 143; Каменский А.А. Кукрыниксы «Политическая сатира 1941-45 гг.». Москва: Советский художник, 1973.
[438] Каменский А.А. Кукрыниксы «Политическая сатира 1941-45 гг.». Москва: Советский художник, 1973.

следователь юмора В. В. Разуваев: помимо того, что они выполняли «пресловутый «социальный заказ», они умели и «по-настоящему развлекать свою аудиторию»[439]. С ним вполне можно согласиться. А. Каменский строго отделяет работу Кукрыниксов от «газетно-журнальных карикатур XX века», подразумевая в том числе и классическую советскую карикатуру: художники не изображают то, «что можно описать словами», то, что Каменский называет «пиктографическим письмом», а следуют «вековой традиции сатирической графики, основанной на приемах чисто зрительных характеристик, уподоблений, метафор»[440].

«Народность» и убедительность карикатур Кукрыниксов обеспечивалась не только изобразительными средствами: остроумными (а не грубыми и агрессивными, как это было зачастую в предшествующей и современной советской газетно-журнальной карикатуре) были и концепты, и венчающих изображения подписи. Чего стоит только один плакат, на котором Гитлер изображен в облике старушки, причитающей «Потеряла я колечко, а в колечке три дивизии».

Стилистика иных советских карикатуристов в военное время не претерпела серьезных изменений, разве что изображения стали несколько более уничижающими и физиологичными. Например, Борис Ефимов до начала войны был более метафоричен: на предвоенном произведении «Звери на свободе» Гитлер и Муссолини изображены «в облике голодных волков, вышедших на большую европейскую дорогу», а в карикатуре осени 1941 года Ефимов высмеивает уже сугубо физический облик гитлеровцев (карикатура «Истинный ариец должен быть высок, строен, белокур»[441]). Разъяснение советским гражданам текущей политической ситуации посредством ярких образов остается у Ефимова инвариантом. Довоенная карикатура «Брак по любви… к чужим территориям», где демонстрируются «тщедушный самурай» и сидящая на его коленях «арийская «красавица» в солдатских сапожищах»[442] мало чем интенционально отличается от карикатуры «Пе-

[439] Разуваев, В. В. Политический смех в современной России. М.: ГУ-ВШЭ, 2003. С. 121.
[440] Каменский А.А. Кукрыниксы «Политическая сатира 1941-45 гг.». Москва: Советский художник, 1973.
[441] Иоффе, М. Десять очерков о художниках-сатириках. М.: Сов. Художник, 1971. С. 174.
[442] Там же. С. 172.

рекачивание соков», где Гитлер посредством насоса выжимает последние соки из своих союзников – Муссолини, Антонеску, Хорти[443].

В творчестве Владимира Дени произошел заметный переход к знакомому ему по карикатурам времен Гражданской войны плакатному стилю, предполагающему динамизм изображаемого и хлесткость подписи, которые художник, как правило, придумывал сам. «К Дени как бы снова вернулась творческая энергия его молодости»[444] – пишет о нем М. Иоффе. Карикатура 1937 года «Шагают к гибели своей!», на которой изображен немецкий фашист-чудовище рядом с японским генералом, при этом оба топчут ногами международные договоры и соглашения[445], вряд ли возможна для Дени в военное время. На типичной карикатуре Дени времен Великой Отечественной фашист насильственно подавляется красноармейцем, что следует даже из подписей к карикатурам («Узнал фашистский стервятник, что у нас – не ягнятник», «Ходил немец «в гости»– скоро будет на погосте»[446]).

Послевоенный этап правления Сталина ознаменован народным воодушевлением, а параллельно – новой волной политического противостояния с западным миром, в котором ключевую роль стали играть США. Эволюцию карикатур можно отследить на примере творческого пути вышеупомянутого Бориса Ефимова. Присутствовавший на Нюрнбергском процессе, он отдал последнюю дань оценке осужденных деятелей фашистской Германии, как и ранее Кукрыниксы изобразив их в уничижительном зверином (т.е. нечеловеческом) облике в карикатуре «фашистский зверинец»[447].

Затем карикатурист возвращается к стилистике 1920-х – 1930-х годов, где происходит раскрытие «истинного лица» процессов, творящихся в западном мире в русле политики партии. Под особым ударом оказываются два главных оппонента СССР – Англия и США, причем обязательно в тесной взаимосвязи. Так, в карикатуре «Предвыборная «борьба» в Англии» лидеры лейбористской и консерва-

[443] Иоффе М. Десять очерков о художниках-сатириках. М.: Сов. Художник, 1971. С. 185.
[444] Там же. С. 26.
[445] Там же. С. 25.
[446] Там же. С. 26.
[447] Там же. С. 175.

тивной партии, послушные руке капиталиста (американца) качаются то вперед, то назад[448]. Рвение неудивительно с учетом того, что композицию и содержание отдельных карикатур Кукрыниксов и Ефимова Сталин правил лично (например, карикатура в ответ на самоубийство душевнобольного экс-министра обороны США Форрестола, по свидетельствам кричавшего перед гибелью «Русские идут»), чему имеются архивные свидетельства[449].

С высоты сегодняшнего дня к карикатуре советской эпохи 1917-1953 годов в сообществе карикатуристов и исследователей карикатуры принято относиться критически, как бы клеймить ее в ответ. В этом есть значительная доля истины, ведь с укреплением советской власти сатирические изображения в прессе перестали отображать общественные настроения, по крайней мере, какой-либо их спектр, заместив их партийным и государственным заказом. «Карикатура поступает на государственную службу, оказавшись в тупике на целых полвека — ее функции сводились к высмеиванию капитализма и империализма и к иллюстрации политики «самокритики» – высмеиванию отдельных недостатков на местном уровне»[450] – пишет французская исследователь Карин Грет, автор диссертации по русской и советской карикатуре. Карикатурист и историк искусств Михаил Златковский прямо называет советскую карикатуру «репрессивной» и «тоталитарной»[451], так как «обличаемая жертва не имела права на защиту».

Критикует Златковский и карикатуристов, которые слепо следовали политическому заказу: так, Борис Ефимов «в начале бурной деятельности наркома НКВД Ежова» превозносил его и стал третировать его, когда нарком впал в немилость[452].

---

[448] Иоффе М. Десять очерков о художниках-сатириках. М.: Сов. Художник, 1971. С. 176.
[449] Русские идут!: [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://gistory.livejournal.com/80006.html(дата обращения: 15.04.2016).
[450] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).
[451] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологи. М. 2002. С. 31-32.
[452] Там же.

Второй важный и новаторский (в историческом, а не в прогрессивном смысле) элемент советской пропагандистской карикатуры – ее направленность на критику недавнего прошлого, на антагонизме с которым строился новый мир. «Они»-группа как бы вызывалась из истории и преподносилась реципиенту под определенным углом зрения. Царь Николай II – традиционный объект насмешек, а, например, в 1918-1919 гг. М. Черемных создал цикл из 60 рисунков «Откуда пошли на Руси цари, попы да помещики»[453].

Третий элемент, который привнесло в развитие карикатуры ее массовое производство в советских средствах массовой информации – это появление «единственной в своем роде», как отмечает К. Грет, «карикатуры позитивного сатирического содержания, воспевающей свершения социализма – перевыполнение пятилетнего плана, снижение цен…»[454]. Можем предположить, что карикатурно в запечатленных на бумаге радостях жизни при социализме, как раз преувеличение этой радости, понятное обывателю – и в этом ее латентное содержание.

В недрах же общества, в том числе в среде подспудно несогласных, карикатура на этапе с 1917 по 1953 годы не была распространена. Неформальный советский юмор сосредоточивался на устном жанре, который в отличие от жанра изобразительного, было сложнее контролировать, оттого политический анекдот был неизменно популярен в течение всего советского времени. Это был «своеобразный «словесный комикс» с постоянным продолжением и известными персонажами. В нем специфически отражался ужас окружающей действительности, ее «черный юмор»[455].

Хрущевская «оттепель» была парадоксальной по своему характеру: сохранялись старые догматы, но в духовной сфере появилась некоторая творческая свобода. Исследователи отмечают изменения в печатной карикатуре. Художник и историк карикатуры М. Златковский считает, что заметное смягчение произошло именно в 1953 году: тогда «на смену узнаваемым по рисункам портретам Макар-

[453] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 171.
[454] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).
[455] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 202.

тура, Маршалла, Макнамары приходят обезличенные образы империалистических генералов, банкиров, политиков и дипломатов»[456]. Кроме того, суд над Лаврентием Берия в 1953 году в отличие от внутриполитических судебных процессов 1930-х годов, остался фактически не замеченным[457]. Исследователь К. Грет отмечает, что обновленная советская карикатура стала зарождаться после 1956 года, то есть развенчания культа личности Сталина[458].

И все же карикатуристы, заявившие о себе в прежние времена, сохраняли творческий запал и работали в прежнем антагонистичном стиле, пользуясь спросом со стороны ««Крокодила», «Правды», «Известий», «Агитплаката», «Боевого карандаша» и многих сатирических журналов союзных республик»[459]. Как пишет Д.Н. Москин, цель у художников оставалась прежней: «оружием сатиры и юмора «воспитывать в людях все лучшее, благородное и прогрессивное, учить их ненавидеть идеологического врага и бороться за мир во всем мире»[460]. Так, в деятельности Кукрыниксов, по замечанию М. Иоффе, политическая карикатура все еще занимает «центральное место»[461]. Прежде всего, они продолжают наглядно изображать внешнеполитическую линию руководства СССР, используя запоминающиеся словесные метафоры. Так, в 1958 году художники публикуют карикатуру «Не видит дальше собственного носа», в ответ на то, что США упорно препятствовали принятию в ООН дружественной СССР Китайской Народной Республики (КНР)[462]. На носу американца сидел противостоящий КНР представитель Китайской Республики, поддерживаемой США.

Многие карикатуры указанного этапа были издевательскими, но не кровожадными в отношении оппонента («Вальс современного Штрауса», где боннский

---

[456] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос. ин-т культурологии. М. 2002. С. 37.
[457] Там же.
[458] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).
[459] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологи. М. 2002. С. 41.
[460] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 151.
[461] Иоффе М. Десять очерков о художниках-сатириках. М.: Сов. Художник, 1971. С. 246.
[462] Там же.

военный министр танцевал с атомной бомбой или «Возраст любви», где канцлер ФРГ Конрад Аденауэр обнимает американского офицера[463]). Замещением же внутриполитической повестки в карикатуре, как и ранее, были уничижительные изображения порочных власть предержащих среднего звена: подхалима, «гнущего спину перед начальством» и «задирающего нос перед просителями», бюрократа в виде «человека-кресла» и других[464]. Эти и другие произведения находили отклик у аудитории, недаром журнал тираж журнала «Крокодил» между 1961 и 1975 годом достиг пика в 6 млн экземпляров[465].

Заключительным этапом хрущевской эпохи датируется и рождение совершенно новой карикатуры, называемой «юмором молодых»[466] – с начала 1960-х годов на авансцену выходило новое поколение художников. Их карикатура стала задавать вечные вопросы – о «личности и ее окружении, смысле жизни и смерти»[467]. В этом разительном контрасте между пропагандой, знающей лишь государственные интересы, и вопросами о месте конкретного человека в мире и кроется политический характер данных карикатур (в противоположность социальным).

По классификации карикатур их можно отнести к типу, называемому проблемной графикой или карикатурой «без слов» – то есть «невербальных, самодостаточных» изображений, имеющих психологический и философский подтексты. Для унифицированного общества это уже было вызовом, поэтому К. Грет прямо называет подобные карикатуры протестными[468]. К основным представителям «юмора молодых» относят В. Богорада, В. Иванова, М. Златковского, В. Пескова, С. Тюнина. По утверждению М. Златковского, признанные мастера советской ка-

---

[463] Иоффе М. Десять очерков о художниках-сатириках. М.: Сов. Художник, 1971. С. 247.
[464] Там же.
[465] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).
[466] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологи. М. 2002.
[467] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).
[468] Там же.

рикатуры не допускали «молодых» до ведущих юмористических изданий, и те писали картины в стол[469].

После прихода к власти Брежнева место в печатных СМИ для «юмора молодых» было найдено. Нельзя сказать, что это было обусловлено политической демократизацией, скорее это была инерция. Тем не менее, карикатуристы «новой волны» обретают свое место в печатной прессе – в январе 1967 года на последней, шестнадцатой, странице «Литературной газеты» (которая выпускалась тиражом в 6 миллионов экземпляров[470]) создается рубрика «Клуб 12 стульев». В появлении этой рубрики нет ничего удивительного, так как «Литературная газета» после решения ЦК КПСС об ее обновлении в 1966 году стала «газетой для интеллигенции, где можно «спустить пар»»[471] (вообще 1950-е-1970-е годы знаменовали расширение слоя советской интеллигенции – как творческой, так и научной).

Как заключает М. Златковский, ««Клуб 12 стульев» был единственным центром независимой карикатуры (в центральной прессе) в стране на этапе 1968 – 1988 годов»[472]. Карикатура 16 полосы «Литературной газеты» разрушала официальные парадигмы, однако делала это в строгом соответствии с цензурой (что несколько напоминает ситуацию с карикатурой в Российской империи) – среди запрещенных тем были «государственная символика… демонстрация, собрание, толпа, выборы, армия и война, милиция и правосудие»[473], ряд других.

Новое поколение карикатуристов не интересовали империалисты и другие «герои» сатиры 1920-х–1950-х годов[474]. Они предпочитали иносказания, в которых политический элемент все-таки незримо присутствовал, причем осмыслял он актуальные проблемы, касающиеся жителей СССР как «мы»-группы. Например, в

---

[469] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологи. М. 2002. С. 42.

[470] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).

[471] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологи. М. 2002. С. 57.

[472] Там же. С. 58

[473] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологи. М. 2002. С. 45.

[474] Там же. С. 44.

карикатуре Сергея Тюнина, опубликованной в 1973 году, изображен одинокий волк, который глядит в окно тюремной камеры. Внимательный зритель наверняка проведет параллели с темой эмиграции из СССР. М. Златковский так пишет об этой неочевидной политизированности: «молодые» считали ««политику» официальной точки зрения как самое грязное занятие, недостойное их карикатуры», при этом тема «политики», для описания которой они используют другой язык, являлась «основной для их творчества»[475].

«Юмор молодых» интересен как явление новое по своему генезису, однако читательские массы СССР «сверяли часы» по прежним карикатурам. Газеты не теряли молниеносности в реакции на внешнеполитические конфликты, в которые СССР и союзники активно втягивались. Как пишет В. Разуваев, «уже на следующий день после нападения израильтян на Египет, Сирию и Иорданию в 1967 г. центральные газеты «Правда», «Известия», «Красная звезда» и другие поместили карикатуры как на агрессора, так и на державы, которые считались его покровителями: США и Великобританию»[476].

Оставался и развивался в прессе негативный образ бюрократа местного уровня, являвшийся некой карикатурной константой еще со времен царской России, привычным «они»-элементом в рамках национальной «мы»-группы – в особенности в конце 1970-х годов, когда кризисные явления в Советском Союзе стали заметны, все более явным становилось намерение переложить всю ответственность за экономические неудачи «на плечи местных нерадивых чиновников, высмеиваемых сатирой. Главное было не допустить перегиба»[477]. Службу советскому государству «мейнстримные» карикатуристы не считали чем-то противоестественным, а даже наоборот. В 1976 году ответ Б. Ефимова школьникам о том, что нужно сделать, чтобы стать «хорошим карикатуристом», звучал однозначно: овладевать не только «чисто художественным мастерством», но и «определенными

---

[475] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологи. М. 2002.. С. 52.

[476] Разуваев В. В. Политический смех в современной России. М.: ГУ-ВШЭ, 2003. С. 122.

[477] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).

знаниями, и прежде всего – основами марксистско-ленинского учения»[478].

В брежневские годы вкупе с классической советской карикатурой, отображавшей видение отношений на международной арене с позиций советского превосходства и перекладывавшей ответственность за внутренние сложности «на места», вкупе с философской неформальной карикатурой «молодых», существовал и андеграундный соц-арт. Художники, работавшие в этом направлении, критиковали действующие общественно-политические процессы напрямую, по меткому замечанию Д.Н. Москина, смеясь над тоталитаризмом «за тех, кто не дожил»[479]. Художники-авангардисты зачастую были акционистами или скульпторами, однако обладали «карикатурным мышлением»[480]. Из тех, кто занимался привычной карикатурой, стоит отметить художника В. Сысоева, которого посадили в тюрьму на два года по ложному обвинению в изготовлении и сбыте порнографических предметов[481]. Он недвусмысленно демонстрировал то, как в Советском Союзе подавляют свободу мысли и слова – в частности, изображая людей «с головами в виде наглухо закрытой коробки»[482]. Можно заключить, что для Сысоева и единомышленников «они»-группой являлся «советский народ», а сам он исходил из демократических космополитических мотиваций. После заключения Сысоева ждала всемирная известность.

Таким образом, на этапе с 1964 по 1985 годы советская карикатура перестала быть монолитом в идеологическом смысле (за которым следуют и изобразительные особенности), разделившись на три потока, однако в СМИ по-прежнему существовал жесткий идеологический диктат, поэтому карикатура преимущественно оставалась преемственной по отношению к той, что была распространена с 1917 года. Лишь контент-анализ позволит продемонстрировать, были ли какие-то различия в нюансах отображения со временем.

[478] Ефимов Бор. Школьникам о карикатуре и карикатуристах: кн. для учащихся. М.: «Просвещение», 1976. С. 13.
[479] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 76.
[480] Там же.
[481] Там же. С. 77.
[482] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).

От начала «перестройки» либо от 1987 года (по мнению М. Златковского[483]), который принято считать временем расцвета политики «гласности», следует вести отчет нового этапа в истории политической карикатуры в России. Он характеризуется введением сначала де-факто, а затем и де-юре, свободы слова (официально цензура была отменена в 1990 году[484]), исчезновением директивной политической карикатуры (а значит и навязываемого «сверху» деления на «мы» и «они»), началом штатного трудоустройства художников-карикатуристов в периодических изданиях и активным участием российских художников в зарубежных выставках.

Именно в 1987 году открывается первая Всероссийская выставка карикатуры, организованная Союзом художников – «не только первая выставка карикатуры в стране, но и первая официальная выставка, на которой вместе экспонируются работы старого и нового поколения»[485]. В том же году М. Златковский создает серию карикатур с изображением М. Горбачева – «Мой Горби», которая получает огромный резонанс в мировых СМИ. Впервые в Советском Союзе руководитель страны открыто «персонифицируется в изображении»[486]. Правда, как указывает В. Казаневский, в СССР она так и не была опубликована, то есть многовековое табу на изображение первых лиц пока еще не было снято[487]. По большому счету, статично-изобразительный юмор, освобождавшийся от диктата коммунистической идеологии, наряду с другими продуктами духовной сферы приобретал новых реципиентов, чье сознание также освобождалось от догм.

Указанные тенденции продолжились и в 1990-е годы. Крупные печатные СМИ стали регулярно публиковать карикатуры с фирменным почерком своих штатных карикатуристов: Виктор Богорад работал в газете «Смена», Санкт-

---

[483] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологи. М. 2002. С. 74.

[484] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).

[485] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологи. М. 2002. С. 74.

[486] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).

[487] Казаневский В.А. Искусство современной карикатуры. Киев: Альтерпрес, 2004. С. 146.

Петербург, Алексей Меринов работает ежедневно только на «Московский комсомолец», Андрей Бильжо и Сергей Тюнин эксклюзивно – на «Коммерсант»[488]. Многие продолжают работать и по сей день. Общий контекст того времени был расположен комизму, как отмечают Дмитриев и Сычев, в 1990-е годы российской истории (в «кризисный период жизни общества») развлечение было особенно важно для поддержки «социального оптимизма» и «веры в будущее»[489]. Парадокс же в том, что в благоприятных условиях 1990-х годов карикатура ушла на периферию общественного внимания. По мнению художника Ю. Акопяна была лишь имитация политической карикатуры, она была маргинальна на фоне общего дискурсивного вектора СМИ: «сперва долго измывались над поверженной и издохшей советской властью и ее вождями, одновременно возникла красно-коричневая карикатура…, которая была продолжением советской в худших ее образцах с переменой целей: вместо империалистов – наличная «антинародная» власть»[490]. С ним вполне можно согласиться, но есть несколько конкретных причин, по которым можно говорить о стагнации жанра в России.

Во-первых, на смену государственной цензуре пришла «цензура издателя и хозяина»[491] – это является нормой и в западной культуре, но на снижении злободневности политической карикатуры, безусловно, сказывается. В России эта форма цензуры связана не только с политикой издания, но и с политическими рисками, могущими наступить для него при публикации той или иной карикатуры. Как признается художник А. Меринов, более 30 лет сотрудничающий с газетой «Московский комсомолец», зачастую «редакторы не хотят получать по ушам за какие-то там «клеветнические искажения» и издевательства над властью. Не все, но многие не хотят»[492].

---

[488] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос. ин-т культурологии. М. 2002. С. 76-77.

[489] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 240.

[490] Акопян, Ю. В 90-е была... свобода, а была ли политическая карикатура? [Электронный ресурс] / Ю. Акопян // Форум любителей карикатуры (cartoonblues.com) – 2011. – Режим доступа: http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?f=43&t=8785 (дата обращения: 18.01.2016).

[491] Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос. ин-т культурологии. М. 2002. С. 77.

[492] Меринов А. Сохранение карикатуры как жанра от художников не зависит [Электронный ресурс] // Полит.ру –

Во-вторых, сам характер нового политического строя привел к снижению иносказательности и утонченности политической карикатуры – до того она являла «единственную возможность завуалировано высказать свои мысли»[493] в изображении. Как отмечает Д.Н. Москин, ««Эзопова карикатура» («фига в кармане») уступает место «шаржам на политических деятелей»[494].

В-третьих, и это, пожалуй, наиболее принципиальное изменение: начиная с 1990-х годов, градус общественного внимания в отношении данного типа карикатуры снижается, во многом из-за того, что возросло значение «политических шуток и представлений в комедийных программах по телевидению»[495]. К. Грет так описывает периодизацию снижения интереса к карикатуре: в 1990 году карикатура занимает первые полосы в «многочисленной независимой прессе», а уже в 1992-1993 годах ее востребованность идет на спад, карикатура переходит на внутренние страницы, затем в 1995-1998 годах карикатур вновь становится больше, а «после экономического кризиса 1998 – 2000», как метафорически пишет французский исследователь, «еженедельные газеты помещают карикатуры в маленькую рамочку в нижнем правом углу заглавной страницы»[496].

2000-е годы привнесли интеграцию современной российской политической карикатуры в международную художественную жизнь. Уже в начале 2000-х годов российских художников приглашают в жюри международных конкурсов в Польше, Иране, Турции[497]. Тем не менее, спад общественной значимости политической карикатуры продолжился. По наблюдениям А.А. Иванюшкина к политической карикатуре активнее прочих обращаются левые и ультралевые газеты[498], которые

2013. Режим доступа: http://www.polit.ru/article/2013/05/28/merinov/ (дата обращения: 18.01.2016).

[493] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).

[494] Москин Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры. Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. С. 203.

[495] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 276.

[496] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).

[497] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 77.

[498] Иванюшкин А.А. Политический юмор как фактор взаимодействия общества и власти: дис. на соиск. кан. полит. наук. Москва, 2006. С. 106

прямо и откровенно готовы формулировать, кто является «мы»-группой, а кто «они»-группой, однако их аудитория маргинальна.

Объяснения регрессу сами карикатуристы – они же, за неимением других, исследователи поля своей деятельности – дают противоположные: на одном полюсе – Борис Ефимов, в одном из своих последних интервью, заявивший, что «политическая карикатура как жанр прекратила свое существование», отчасти из-за того, что «нет таких ярких персонажей, какими были те же Гитлер, Муссолини, Тито, которых можно было высмеять, подметив какую-то одну или несколько деталей их поведения, внешности»[499]. Некоторое рациональное зерно в последнем ностальгическом утверждении есть: действительно, многополярный мир с его неопределенностями и бифуркациями принудил политических лидеров к большей дипломатичности, что в значительной мере формализовало, по крайней мере, внешнеполитическое поведение.

На другом полюсе – Михаил Златковский, утверждающий, что власть не пропускает в центральную печать политическую карикатуру, оттого художники вынуждены писать «в стол»[500]. С ним солидарна К. Грет, отмечающая, что политических карикатур становится меньше в связи с «политическим и социальным контекстом»[501]. 2010-е годы, ставшие временем расхождения представлений о мироустройстве России и Запада, вылившиеся в политическую конфронтацию, привели к увеличению карикатур, в которых Европа, США (а также Украина) воспринимаются как антагонистичная «они»-группа. Хотя регулярная публикация данных карикатур является очаговой и характерна для единичных СМИ (МИА «Россия сегодня», газета «Завтра»), в российском интернете, согласно известному отечественному политологу О.Н. Барабанову, число политических карикатур,

[499] Бирюков, Д. Старший по цеху: художнику-карикатуристу Борису Ефимову исполняется 108 лет [Электронный ресурс] // Российская газета – 2008. – Режим доступа: http://rg.ru/2008/09/25/efimov.html(дата обращения: 18.01.2016).

[500] Иваночкина, А. Художник Михаил Златковский – о хлебе политического карикатуриста // Радио Свобода– 2012. Режим доступа: http://www.svoboda.org/content/article/24641610.html (дата обращения: 18.01.2016).

[501] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).

прежде всего антиамериканских, стало «значительно большим»[502]. Ученый считает данное явление следствием украинского кризиса 2013–2014 гг. и «обостряющегося информационного противостояния»[503]. С его точки зрения, нами разделяемой, имидж Америки в российском общественном мнении «стал не только крайне негативным, но и очень смешным»[504].

Мы не стали бы абсолютизировать антизападный контекст современной российской карикатуры, скорее, обратили бы внимание на то, что параллельно ей существует и второй тип карикатур (в содержательном отношении), выставляющий существующий общественно-политический строй в России в негативно-насмешливом ключе, подразумевая его несоответствие демократическим стандартам. Зачастую они первоначально публикуются в интернете. И те и другие объединяет негативистское представление карикатуристов о функционировании российского общества: с их позиции оно либо обречено на агрессивный традиционалистский изоляционизм, суть которого не до конца ясен им самим, либо – на культурную ассимиляцию более продвинутыми народами. Может быть, правда, и третье: «Российское общество, - пишет академик РАН М.К. Горшков, - приобрело многие черты, сближающими его с другими европейскими нациями. Одновременно у россиян окрепло сознание своей принадлежности к международному сообществу, прежде всего, - к европейскому и евразийскому миру». При этом «важные различия между российским обществом и странами Западной Европы проявляются и в плоскости отношений между личностью, обществом и государством»[505].

Изобразительный юмор в интернете, однако, заслуживает особого упоминания. В 2000-е и 2010-е годы статично-изобразительный юмор стал проигрывать динамичному, в частности, из-за глобальной сети, позволяющей распространять комические сюжеты, связанные с применением мультимедиа (впрочем, не стоит

---

[502] Барабанов О.Н. После Крыма: визуальный гротеск российских социальных медиа [Электронный ресурс] // Россия в глобальной политике. 2014. №3. Режим доступа: http://globalaffairs.ru/ukraine_crysis/Posle-Kryma-vizualnyi-grotesk-rossiiskikh-sotcialnykh-media-16683 (дата обращения: 18.06.2016).
[503] Там же.
[504] Там же.
[505] Горшков М.К. Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики). В 2 т. Т. 2. М.: Новый хронограф, 2016. С. 460, 462.

забывать и о том, что интернет-среда позволяет сохранять образцы статично-изобразительного юмора, равно как и вербального, в первозданном виде и в значительных объемах – Дмитриев и Сычев пишут об этом на примере анекдота[506]). Важно отметить и то, что в последние десятилетия начал формироваться новый тип рефлексивной рациональности, который С. А. Кравченко назвал «играизацией»[507]. Играизированный индивид, для стиля жизни которого характерен «парадоксальный синтез серьезного и потешного, реального и виртуального»[508], не склонен к рецепции классических карикатур или юмористических зарисовок.

В последнее время становятся популярными новые жанры интернет-коммуникации, сочетающие в себе вербальные и визуальные компоненты, как например, демотивационные постеры (демотиваторы). Они содержат в себе следующие элементы: изображение-иллюстрацию в рамке, заголовок, набранный крупным шрифтом и набранный мелким шрифтом текст, раскрывающий идею заголовка[509]. Как отмечают исследователи нового феномена, «демотиваторы часто приобретают черты анекдота, афоризма, пародии»[510], то есть выражены в юмористическом ключе. Некоторые из демотиваторов касаются актуальной политической повестки дня и, в известной мере, продолжают традицию политической карикатуры, представляя собой гибридный жанр, адаптированный к качественным переменам общественного сознания. То же относится и к коллажам, сделанным с помощью графических программ («фотожабам»), которых популярный в российском сегменте интернета карикатурист С. Ёлкин называет «конкурентами карикатур»[511]. Западные исследователи также отмечают революционную роль новых технологий в отношении карикатур – как сказано в коллективной работе Школы Искусств Университета Содружества Вирджинии (США): СМИ сегодня далеки от

[506] Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005. С. 262.
[507] Кравченко С. А. Социология. Новые и новейшие социологические теории через призму социологического воображения: учебник. М.: Изд–во Юрайт, 2014.
[508] Там же. С. 592.
[509] Фокина М.А. Демотиваторы в России и США: новые жанры интернет-коммуникации в глобализирующемся мире // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. 2012. № 20.
[510] Там же. С. 81.
[511] Ёлкин С. Надеюсь, снова придет мода на ручную работу [Электронный ресурс] // Полит.ру. 2013. Режим доступа: http://www.polit.ru/article/2013/05/31/elkin/ (дата обращения: 18.01.2016).

того, чтобы продуцировать «наиболее существенные политические карикатуры»[512], теперь они рождаются в основном в интернете (тем не менее, политические карикатуры, обретающие социетальную и трансграничную значимость, все-таки первоначально публикуются в СМИ). Одна из их черт – тесное переплетение политических образов с образами популярной культуры, что, безусловно, представляет собой тему для отдельного исследования. Применительно к исследуемой проблематике предположим, что подобный синтез, безусловно, смягчает антагонизм «мы» и «они».

Теоретические представления о карикатуре, совокупность знаний об особенностях жанра на конкретно-историческом этапе зачастую не отражают социальных компонентов, сокрытых в конкретном изображении, не отражают тех коллективных представлений и стереотипов, которые заключены в типичной карикатуре эпохи, то есть не позволяют раскрыть латентные элементы карикатуры, зачастую не видимые для самого художника, но отображающие парадоксы социальных отношений на конкретном этапе. Это возможно сделать лишь посредством количественного исследования карикатур.

[512] The Evolution of Political Cartoons Through a Changing Media Landscape :[Электронный ресурс] // VCU Honors: History of Cartoon Drawing. 2004. Режим доступа: http://www.lib.tsu.ru/win/produkzija/metodichka/pril_Zh.pdf (дата обращения: 20.02.2016).

Глава III. Методическое обоснование эвристичности политической карикатуры

§1. Особенности контент-анализа изобразительных источников

В России на всем протяжении периода модернизации остро стояла проблема интеграции общества. Одна из основ ее решения – свободное аутентичное отображение коммуникаторами масс-медиа различных сфер общественной жизни – политики в том числе. Среди способов постижения этого отображения – контент-анализ, в том числе карикатурных произведений, объективность которого зиждется среди прочего на социологической интерпретации и операционализации изучаемых понятий.

Стоит отметить, что социологическими инструментами карикатура практически не изучалась. Как было сказано ранее, это связано с периферийностью изучения социальных смыслов, извлекаемых из карикатур, на фоне иных практик, в большей степени олицетворяющих жизнедеятельность социума. Лишь британская исследователь Гэйл Дайнз-Леви, пытаясь, с ее слов, ответить на то, как «будущие исследователи могли бы плодотворно развить пути, открытые предыдущими исследователями»[513], ставит вопросы для социологического исследования карикатур. Раскроем в нашем исследовании один из них, первый и по нумерации, и по значимости: каким методом исследовать карикатуры, достаточно ли рассматривать их как текст?[514] Содержательный анализ карикатур, несомненно, является первым камнем, вслед за которым последует исследование эффекта воздействия и способов прочтения либо восприятия карикатуры, которые, к сожалению, выходят за рамки данного эмпирического исследования.

Ответ на поставленный Дайнз-Леви вопрос о том, следует ли рассматривать карикатуры как текст, представляется утвердительным. Во-первых, это соответствует общенаучному подходу – любой продукт человеческой деятельности может быть рассмотрен как текст, либо «несет на себе текст», либо «является» им[515]. Во-

[513] Dines-Levy, G. Towards a Sociological Investigation with Special Reference to «Playboy» Sex Cartoons. Dissertation Abstracts International, 1992. P. 44.
[514] Там же. P. 50-51.
[515] Таршис, Е.Я. Контент-анализ: принципы методологии (Построение теоретической базы. Онтология, аналитика и

вторых, теоретический подход данной работы – в том, что карикатурное изображение репрезентирует не только смысл, который вложил в него художник, но и его субъективные намерения, культуру, моду, изобразительные каноны своего времени. Все эти элементы и есть слагаемые текста, который необходимо восстановить, понять, расшифровать, деконструировать. Карикатура в социологическом понимании не является ни культурным артефактом, ни простым слепком со своей эпохи, ни чем-либо еще, а представляет собой текст, «написанный» словесным и изобразительным языками, имеющий свой подтекст и контекст.

Объектом эмпирического исследования станут карикатуры, опубликованные в газетах и – в меньшей степени – в журналах. Логика истории карикатуры как жанра, изложенная ранее, указывает на то, что карикатура, имеющая некоторую степень влияния или, по крайней мере, отображения в сознании сравнительно большой группы людей – есть та, что опубликована в масс-медиа, в многотиражных изданиях (сегодня еще и в интернете, но первичными местами публикации наиболее популярных в Сети карикатур – достаточно вспомнить скандально известную серию карикатур на пророка Мухаммада журнала «Charlie Hebdo» – зачастую являются печатные издания).

Историческое рассмотрение и периодизация политических карикатур неизбежно ставит их оценку в зависимость от исторических и политических факторов (исключительная важность национального фактора для создания и восприятия карикатур ясна по умолчанию). С нашей точки зрения, в России XX века эти факторы были определяющим для бытования карикатуры в условиях многочисленных исторических разломов (которых не было в том же западном обществе, где институционализированная карикатура, кроме всего прочего, не переживала столь резкой смены статусов и господствовавших парадигм). К. Грет справедливо заключает, что «карикатура в СССР и России неотделима от политического и идеологического контекста каждой эпохи»[516]. Кроме того, разумеется, в том или ином виде

феноменология текста. Программы исследования). М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. С. 30.

[516] Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс]. Université De Marne La Vallée, 2002–2003. Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).

карикатуру определяет и культурная традиция, и мода в изобразительном искусстве, и средство массовой информации, в котором она была опубликована, и личные предпочтения художника.

Однако следует подчеркнуть, что все эти влияния как бы нивелируются в продукте статично-изобразительного искусства – конкретной политической карикатуре. Неизменно лишь то, что карикатурное изображение активирует юмористический фрейм, репрезентирует тот или иной участок социально-политических отношений и демонстрирует вариации авторских рассуждений, нередко несознательных, однако так или иначе отображающихся в конкретном продукте. Некоторые предварительные ответы на вопрос, как именно рефлексировала и рефлексирует российское общество политическая карикатура, позволит дать метод контент-анализа.

Контент-анализ или анализ содержания, согласно определению, данному К. Криппендорфом, представляет собой «исследовательскую технику, применяемую для составления воспроизводимых и валидных выводов по поводу содержания текстов (или других значащих источников информации) и контекстов их использования»[517]. Для социологического эмпирического исследования политических карикатур, парадоксально совмещающих в себе юмористическое изображение и, как правило, сатирический злободневный текст, обращение к методу контент-анализа представляется самоочевидным и необходимым. В немногочисленных исследованиях карикатур к нему обращаются как отечественные, так и зарубежные исследователи. Так, А.С. Айнутдинов провел контент-анализ современных российских СМИ, в результате которого со справедливым сожалением констатировал, что лишь для некоторых из них характерна «публицистическая направленность карикатур»[518]. В неоднократно упомянутой работе Г. Дайнз-Леви[519] контент-анализ использовался для выявления гендерных стереотипов, которые

[517] Krippendorf, K. Content analysis: an introduction to its methodology. SAGE Publications, USA, 2004. P. 18.
[518] Айнутдинов А.С. Карикатура как тип изображения комической интенции в современных российских печатных СМИ: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук. Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. Екатеринбург, 2010. С. 17.
[519] Dines-Levy, G. Towards a Sociological Investigation with Special Reference to «Playboy» Sex Cartoons. Dissertation Abstracts International, 1992. P. 44.

транслирует журнал «Playboy» в своих карикатурах. Элементы методологии исследования карикатур, предложенной Дайнз-Леви, мы намерены применить к исследованию политических карикатур в России. Релевантность применения контент-анализа к российской практике корректируется с учетом точки зрения на данный исследовательский метод отечественными исследователями, прежде всего, А.В. Семеновой и М.В. Корсунской[520].

Визуальный образ обладает парадоксальной выразительностью: явной идентифицируемостью поверхности содержания, с одной стороны (кричащий персонаж наиболее известной картины Э. Мунка) и, с другой, сложной рефлексивностью латентного содержания (предвосхищение упомянутым художником социальных катаклизмов XX века). Для получения воспроизводимых и валидных выводов о социологических смыслах подобной сингнификации целесообразным представляется использование метода контент-анализа, отличного от классического.

Как правило, контент-анализ используется для обработки массива текстовой информации, из которой вычленяются наиболее часто употребляемые слова и выражения (а также, наоборот, те, которые с рациональной точки зрения должны были бы встречаться часто, но не встречаются), на основании чего делается вывод о той или иной направленности данной информации, например, в том случае, если это публичное послание руководителя государства[521]. А.В. Семенова и М.В. Корсунская называют это традиционным контент-анализом[522].

Если применительно к посланию руководителя государства выбор контент-анализа с подсчетом абсолютных значений вполне оправдан, то в других ситуациях подобное использование контент-анализа вполне может вылиться в применение процедуры подсчета как самоцели. Для того чтобы этого не произошло, необходим ряд исследовательских действий: четко артикулировать основную цель эмпирического исследования, поставить исследовательский вопрос или сформули-

---

[520] Семенова А.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения. М.: Институт социологии РАН, 2010. 324 с.
[521] См. Смагулов, К.Е. Контент-анализ посланий Президента Республики Казахстан // Социологические исследования. 2012 . № 6.
[522] Семенова А.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения. М.: Институт социологии РАН, 2010. С. 9.

ровать гипотезу[523], которая могла бы быть легко верифицируема, а также уточнить контекст.

Предлагаемый нами вариант контент-анализа относится к интерпретативному типу, который, в отличие от традиционного, предназначен для анализа латентного содержания, в котором «исследователи идут дальше определения количества прямых значащих элементов текста»[524]. Единицы анализа («мы»-группы и «они»-группы, определяемые по национально-государственному признаку), а также сформулированные ниже категории анализа (поведенческая аттрактивность, презентационная аттрактивность и художническое отношение к объекту), имеют в достаточной степени абстрактный характер, однако проблемы, влияющей на достоверность данных, мы в этом не усматриваем. Любой контент-анализ – это перевод научных понятий в эмпирическую плоскость. Особенности же научного знания, согласно А. Шютцу, в том, что оно должно быть верифицируемым, логически последовательным и адекватным[525]. Возможность верификации базируется на интерсубъективности мира, возникающей из понимания того, «что делает Другой, ради чего он это делает, почему он делает это именно в данное время и в данных конкретных обстоятельствах»[526]. В современном научном знании понимание это зиждется не только на позитивистских методах, но и на собственно понимании (verstehen) как «специфическом методе общественных наук»[527]. Верификация понятий высокой степени абстракции в контент-анализе как раз строится на интерсубъективности, позволяющей другим исследователям понять индивидуальную исследовательскую логику анализа.

Хотя примеры использования категорий анализа и единиц счета высокой степени абстракции в количественном контент-анализе и нередки (достаточно обратить внимание на ставшего классическим исследование асоциального и просо-

---

[523] Dines-Levy, G. Towards a Sociological Investigation with Special Reference to «Playboy» Sex Cartoons. Dissertation Abstracts International, 1992. P. 44.
[524] Семенова А.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения. М.: Институт социологии РАН, 2010. С. 20.
[525] Шюц А. Формирование понятий и теории в общественных науках // Американская социологическая мысль. М.: МГУ, 1994. С. 493.
[526] Там же. С. 488.
[527] Там же. С. 490.

циального поведения на ТВ, проведенного под руководством Б. Гринберга[528]), эмпирическая часть нашего исследования по необходимости носит преимущественно инновационно-экспериментальный характер, как в теоретико-методологическом плане, так и в плане методики.

Рассмотрение юмора как общественной саморефлексии и предшествующее описание политического юмора и политической карикатуры как предполагающих реакцию на актуальные социальные события, равно как и общая цель диссертационного исследования, заключающаяся в определении содержания того, как социальное отображается в карикатуре, ведут к формулировке основной гипотезы. Она звучит так: преимущественный характер рефлексивности политических карикатур, среди прочего, означает сложное неочевидное отражение неявных, маскируемых или вовсе латентных сторон политической жизни общества. Специфика рефлексивности политических карикатур в РФ – подчеркнуто экспрессивная экспликация предположительно дисфункциональных элементов в культурно-национальной идентичности россиян, и, соответственно, комплементарная экспликация социально-аттрактивных моментов, конвенционально ассоциируемых россиянами с культурно-национальными идентичностями западных обществ. При этом политическая культура и, зачастую, идеологическая задача требуют от карикатуристов противоположного характера репрезентаций.

Необходимость проверки гипотезы есть необходимость поиска латентного компонента, репрезентируемого в политическом юморе, едва ли осознаваемой самим художником социальной ткани, в которой собственная культура, собственное общество, собственная политическая жизнь, возможно, представляются несовершенными, местами неполноценными.

В эмпирическом исследовании вслед за этапом выдвижения гипотез, согласно А.Л. Темницкому, следует этап интерпретации понятий, в котором выделяются их концептуализация и операционализация[529]. Применительно к первому

[528] Greenberg, B. S. Antisocial and prosocial behavior on television // Life on television: content analyses of U.S. TV Drama. Norwood, New Jersey, 1980.
[529] Темницкий А.Л. Учебное исследование по эмпирической социологии: учеб. пособие. М.: МГИМО МИД России, 2003. С. 50.

пункту позволим себе напомнить данные ранее определения «мы»- и «они»-групп, «мы»-аттрактивности и «они»-аттрактивности.

«Мы»-группа – общность, обладающая схожим естественным представлением о мире, которое принимается ее членами как нечто само собой разумеющееся (в данной работе выделяется по национально-государственному признаку). «Они»-группа – общность, выделяемая по схожему с «мы»-группой признаку, которую члены «мы»-группы осознают в качестве своего антипода. Аттрактивность – совокупность различных параметров, отображающих визуальную и содержательную привлекательность либо непривлекательность «мы»-группы или «они»-группы в конкретном юмористическом произведении (карикатуре). Операционализация понятия «мы»-аттрактивности предполагает выделение трех индикаторов – поведенческой аттрактивности, презентационной аттрактивности и художнического отношения к объекту, о чем более развернуто речь пойдет ниже.

Из основной гипотезы исходит несколько гипотез-следствий:

1) С течением времени, со сменой исторических этапов число карикатур, изображающих представителей «мы»-группы увеличивается, а число карикатур, изображающих представителей «они»-группы сокращается;

2) С течением времени, со сменой исторических этапов аттрактивность «мы»-группы, вследствие более критического отношения к ней сокращается, а аттрактивность «они»-группы увеличивается;

3) Представители «они»-группы обладают аттрактивными чертами и качествами в той же мере, что и представители «мы»-группы.

Второй шаг – определение генеральной совокупности. В силу затрудненности доступа к газетам и журналам начала XX века, представленности карикатур в основном в специализированных журналах[530] и сложности с определением выборки из-за политической разнонаправленности сатирических журналов, дореволюционные карикатуры не будут включены в контент-анализ. То же касается и хаотично возникавших карикатур времен Гражданской войны.

[530] Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. М.: Институт российской истории РАН, 2010. С. 36.

В генеральную совокупность войдут карикатуры, опубликованные в российских печатных изданиях, начиная от 1921 года и заканчивая современностью. Как мы указывали ранее, карикатура в России распространилась после революции 1905 года, однако из-за низкой доступности и низкой степени институционализации печатной прессы, в генеральную совокупность предложено включать карикатуры, начиная с 1921 года.

В соответствии с предложенным ранее разделением политических карикатур указанного этапа на карикатуры 1921-1928, 1928-1941, 1941-1945, 1945-1953, 1953-1964, 1964-1985, 1985-1991, 1991-2000, 2000-2008 и 2008-2016 годов, количество карикатур каждого из десяти этапов, образующих генеральную совокупность, должно быть равным. Безусловно, временные отрезки по своей протяженности разнятся, однако мы предпочитаем арифметическому подходу исторический.

Определение объема выборки – более сложная задача, и, если Дайнз-Леви включает в него все журналы «Плейбой» за отчетный этап[531], то в нашем случае – когда мы не исследуем политику конкретного издания, а нацелены на содержание инсценирования социальных отношений в определенное время – следует отдать предпочтение популярным газетам, в которых публикуются карикатуры. Альтернативой им могли бы стать профессиональные сатирические журналы, однако они, как правило, не были ориентированы на широкую аудиторию (явное исключение составляет журнал «Крокодил», выпускавшийся с 1922 по 2000 годы, тираж которого достигал 6 млн экземпляров, однако сравнимых с ним изданий в схожем сегменте отыскать непросто). Составление программы контент-анализа и ее апробация на примере ряда карикатур на каждом историческом этапе представляется более существенной задачей эмпирического исследования, чем проведение контент-анализа с большим объемом выборки, который видится излишним для достижения цели исследования.

[531] Dines-Levy, G. Towards a Sociological Investigation with Special Reference to «Playboy» Sex Cartoons. Dissertation Abstracts International, 1992. P. 160.

Итак, всего в выборку включены 60 карикатур (6 карикатур из различных популярных («национальных», «общесоюзных») печатных СМИ в течение каждого этапа – см. Таблица 1). Они отбирались после нахождения информации о значительном тираже издания на соответствующем временном этапе. После выбора изданий, конкретный его номер и карикатура в нем отбирались методом случайной выборки, однако политическая составляющая в найденной карикатуре была обязательна. Если ее не находилось, автор отбирал любой другой доступный номер за схожий год. В случае отсутствия политических карикатур в издании за целый год, избиралось другое издание – в зависимости от доступности.

Безусловно, выводы по каждому из этапов исходя из 6 карикатур и фоновых знаний, и общий вывод, исходя из 60 карикатур, могут быть сделаны лишь как тенденции, а не как окончательные знания, вытекающие из обработки больших массивов информации.

Таблица № 1.

Наименования печатных СМИ, из отдельных номеров которых произвольно отбиралась карикатура	
1921-1928 гг.	«Правда» (2 раза), «Известия» (2 раза), «Комсомольская правда», «Крокодил»
1928-1941 гг.	«Правда» (2 раза), «Известия» (2 раза), «Труд», «Крокодил»
1941-1945 гг.	«Правда» (2 раза), «Известия» (2 раза), «Труд», «Крокодил»
1945-1953 гг.	«Известия» (3 раза), «Правда», «Литературная газета», «Крокодил»
1953-1964 гг.	«Правда» (2 раза), «Известия» (2 раза), «Литературная газета», «Крокодил»

1964-1985 гг.	«Правда» (2 раза), «Литературная газета» (2 раза),«Труд», «Крокодил»
1985-1991 гг.	«Известия» (3 раза), «Правда», «Труд», «Литературная газета»
1991-2000 гг.	«Московский комсомолец» (2 раза), «Известия», «Литературная газета», «КоммерсантЪ», «Завтра»
2000-2008 гг.	«Московский комсомолец» (2 раза) «Литературная газета» (2 раза), «КоммерсантЪ», «Известия»
2008-2016 гг.	«Московский комсомолец» (2 раза), «Литературная газета» (2 раза), «КоммерсантЪ», «Завтра»

Распространенность издания на территории страны на указанном этапе и факт публикации карикатуры в нем изучались по открытым источникам. Отбор года издания осуществлялся, исходя из того, чтобы максимально широко отразить временной разброс внутри этапа. Параметры месяца и недели выпуска не контролировались. В журнале «Крокодил», каждый номер которого включает множество карикатур (в отличие от газет), автор обращал внимание на первую карикатуру, определял, является ли она политической, и если нет, то выбирал карикатуру, расположенную на задней стороне обложки.

Отбор той или иной карикатуры в качестве политической осуществлялся по следующему критерию: ее объектом (явно или контекстуально) должен являться представитель государственной власти той или иной страны, либо человек, стремящийся к ее обретению, либо политический институт. Еще один возможный вариант: карикатура могла быть посвящена иносказательному описанию политической культуры.

Следующий шаг в разработке программы контент-анализа – определение единицы анализа. В исследовании Дайнз-Леви ей являлся конкретный персонаж:

согласно цели исследования, принципиальным являлось сравнение отображения в карикатурах мужчин и женщин. Как следует из предыдущих абзацев и темы исследования, в нашем случае единица анализа – «мы»-группа и «они»-группа, взятые по национально-государственному признаку, идентифицируемые на карикатуре.

Вслед за обозначением единицы анализа реализуется следующий шаг – определение категорий анализа. Исследователи обычно считают его ключевым для продуктивности контент-анализа[532]. Категории анализа должны быть взаимоисключающими, исчерпывающими и надежными – «чтобы те, кто занимается кодированием, могли достичь соглашения по поводу применения конкретной категории к единице анализа»[533]. В случае диссертационного исследования, как было обозначено выше, кодированием категорий анализа применительно к единице анализа занимается лишь автор, однако это не исключает применения всех трех требований к формулировке категорий анализа. В особенности существенно то, чтобы данные категории демонстрировали, как карикатура рефлектирует социальную реальность.

Всего выделено 3 категории анализа, равным образом относящихся как к «мы»-группам, так и к «они»-группам. Для целей работы и эмпирического исследования предлагаемые категории интересны как индикаторы «мы»-аттрактивности и «они»-аттрактивности. Это – поведенческая аттрактивность, презентационная аттрактивность и художническое отношение к объекту. Обратимся к ним после формулировки завершающего подготовительного шага к контент-анализу: выбора шкалы – номинальной, порядковой или интервальной[534]. В нашем случае значения всех категорий измеримы посредством номинальной шкалы с тремя альтернативными значениями переменных. Тем не менее, их можно расположить в ряд и ранжировать от 0 до 2 по уровню аттрактивности, что далее будет обосновано для каждой категории. Данная квантификация станет основой

[532] Dines-Levy, G. Towards a Sociological Investigation with Special Reference to «Playboy» Sex Cartoons. Dissertation Abstracts International, 1992. P. 161.
[533] Там же.
[534] Там же. P. 164.

для дальнейших арифметических действий и теоретических обобщений, связанных с проверкой основной гипотезы эмпирического исследования и реализацией цели диссертационного исследования.

Итак, для наиболее основательной проверки основной гипотезы эмпирического исследования и реализации цели исследования нами выделяются следующие три категории анализа, позволяющие оценить латентную привлекательность/непривлекательность «мы»-групп и «они»-групп и, в конечном итоге, эксплицировать драматические конфликты, скрытые за видимым изображаемым. Чем выше значение индикатора, тем выше привлекательность.

1 – поведенческая аттрактивность: да (2), неопределима (1), нет (0).

Привлекательность биологической внешности и явного поведения исключительно важны для создания впечатления о персонаже. В научной психологии принято считать, что выражение лица персонажа отображает личность человека и является основным каналом невербальной коммуникации, поэтому создание художником-карикатуристом располагающей к себе внешности, включающей в себя, с одной стороны, улыбку и (или) гармоничные черты лица, и, с другой стороны, неприятное выражение и (или) уродливую внешность, многое говорит о его собственном восприятии персонажа или персонажей. Неважно, интенционально или неинтенционально он изобразил привлекательное или непривлекательное лицо. В случае улыбчивых, располагающих к себе, загадочных, гармоничных лиц представителей «мы»-групп или «они»-групп, заявляющих о положительных поведенческих намерениях, по первой категории им присваивалось значение 2, в случае угрюмых, уродливых, отвращающих от себя лиц, говорящих об отрицательных поведенческих намерениях – значение 0. Когда лица не прорисованы художником или их нельзя охарактеризовать со всей определенностью, присваивалось значение 1.

2 – презентационная аттрактивность: да (2), неопределима (1), нет (0).

К презентационной аттрактивности мы относим привлекательность сконструированной внешности персонажа (прежде всего, одежда, а также манеры и намеренный кинесис). Если то или иное выражение лица представителя (-ей) «мы»-

группы или «они»-группы, как правило, изображается художником интенционально, то его одежда, манеры и телодвижения зачастую не продумываются досконально, основываются на стереотипах, оттого могут эксплицировать более глубокий уровень отображения широко разделяемых общественных ценностей или той группы, к которой принадлежит художник. Реципиент воспринимает одежду, манеры и телодвижения связанные с персонажем, как часть его образа и это восприятие, несомненно, влияет на подспудно вызреваемое отношение к нему. Если одежда и иные атрибуты представителей «мы»-групп и «они»-групп эстетичны и опрятны, то по второй категории им присваивалось значение 2. Когда одежда и иные детали примитивны, неаккуратны, вызывающи, то присваивалось значение 0. В случае явной «непрописанности» одежды, манер или кинесиса или тогда, когда они вызывали противоречивые суждения, присваивалось значение 1.

3 – художническое отношение к персонажу: отсутствие насмешки (2), насмешка над образом (1), насмешка над поступком (0),

Третья категория касается рационального компонента восприятия карикатуры, так как визуальный компонент и его едва уловимые элементы не детерминируют рецепцию. В представлениях гипотетического читателя отсутствие насмешки со стороны карикатуриста, безусловно, делает персонажа привлекательным, оттого в этом случае представителям «мы»-групп и «они»-групп присваивается значение 2. На другой стороне континуума – насмешка над конкретным поступком, явно обозначенным в содержании или в контексте карикатуры. Причина уничижительного отношения к данному персонажу отчетливо ясна, оттого в этом случае присваивается значение 0. В случае неспецифической насмешки над обобщенными чертами, не объяснимой прямым содержанием или контекстом карикатуры, уровень этого уничижительного отношения ниже. Хотя оно и усваивается некритичным реципиентом, причина такого отношения может вызывать вопросы, оттого аттрактивность данного случая выше, и представителю «мы»-группы и «они»-группы присваивается значение 1.

Далее происходит кодирование каждого изображения в соответствии со сформулированными категориями анализа. Подсчет ведется в соответствии с оп-

ределенными выше этапами с кратким описанием отобранных карикатур. По окончании присвоения кодов для каждой единицы анализа («мы»-группы и «они»-группы) суммируются значения по трем категориям анализа и находится общее значение.

§ 2.Российская коллективная идентичность сквозь призму политической карикатуры

Анализ первичной эмпирической информации на предмет карикатурного отображения неявных конфликтов в социально-политической структуре общества, обусловливающих формирование национально-коллективной идентичности, подразумевает экспликацию социального смысла статично-визуальных образов на трех уровнях: предиконографическом, иконографическом и иконологическом. Впервые они были выделены американским историком искусства Э. Панофски[535]. Первый из них – предиконографический – предполагает установление конкретной референтности персонажей. Второй – иконографический, более сложный, включает в себя идентификацию политической и общественной значимости персонажа в ее художественном преломлении. Наиболее высокий уровень – иконологический предполагает поиск обусловленности общественной значимости персонажа широким контекстом его функционирования в обществе. Проверка гипотез эмпирического исследования предполагает последовательное раскрытие каждого из этих уровней в российской политической карикатуре.

Эмпирическое исследование в соответствии с программой предполагает рассмотрение наиболее типичных карикатур конкретного исторического этапа по критериям большей или меньшей аттрактивности изображаемых «мы»-групп и «они»-групп, которые выделяются по национально-государственному признаку. Для каждого из десяти этапов советской и постсоветской истории выборка составляет шесть карикатур. Для каждой из этих карикатур по трехэлементной номинальной шкале определяется значение трех категорий анализа (поведенческая аттрактивность, презентационная аттрактивность, художническое отношение к

[535] Имдаль М. Иконика или структурный анализ // Память как объект и инструмент искусствознания. М.: Государственный институт искусствознания, 2016. 384 с. Режим доступа: http://sias.ru/upload/iblock/928/2016_pamiat_kak_object_i_instrument.pdf (дата обращения: 15.09.2016).

объекту) – индикаторов аттрактивности «мы»- и «они»-групп, изображенных на карикатурах. После этого значения всех категорий складываются и получается общее значение аттрактивности для конкретной группы, изображенной на карикатуре. Для большей наглядности изображения первой исследуемой карикатуры каждого из десяти этапов приводятся в Приложении 1.

I (первый этап). 1921-1928гг.

I.I. (первая карикатура первого этапа). *Издание*: Журнал «Крокодил» (21.I.1923), первая полоса.

Карикатура: «Когда наступит настоящее разоружение» (Д. Моор; см. Рисунок 1.1, Приложение 1).

На карикатуре изображены двое рабочих («мы»-группа), побивающих молотом и клешнями небольшого роста человека в шляпе, очевидно, «империалиста» (представитель «они»-группы). Все участники сцены имеют злобное выражение лица (аттрактивность как «мы»-, так и «они»-группы – 0), однако человек в шляпе одет по моде, а рабочие одеты в простую грубую одежду (аттрактивность «мы»-группы – 0, «они»-группы – 2). Несмотря на то, что идеологически одобряемо второе, привлекательным для глаза является первое – одежда «империалиста». Еще один парадокс – при том, что насмешка над рабочими отсутствует (аттрактивность – 2), насмешка над империалистом не является конкретной, над ним просто-напросто совершается акт насилия (аттрактивность – 1). В совокупности его образ аттрактивнее образа рабочих, пусть он и не замышлялся таковым.

«Мы»-группа (сумма индикаторов «мы»-аттрактивности): 0 + 0 + 2 = 2.

«Они»-группа (сумма индикаторов «они»-аттрактивности): 0 + 2 + 1 = 3.

I.II (вторая карикатура первого этапа). *Издание*: Газета «Правда» (5.XII.1924), четвертая полоса.

Карикатура: «Избирательная кампания германской компартии» (автор не указан).

На карикатуре изображена толпа, в центре которой расположен едущий на велосипеде осел. За спиной у него - большая коробка с надписью на немецком языке. Подпись в нижней части: «Велосипедист-осел» изображает социал-

демократа». Перевод надписи на коробке: «Избиратели с.-д. могут бесплатно отправиться в сумасшедший дом». На заднем плане – рядовые жители. В качестве «они»-группы здесь рассматривается и велосипедист-«осел», и рядовые граждане. Рядовые граждане имеют привлекательные выражения лица и прилично одеты, а осел – нет, и это приводит нас к присвоению срединных значений (аттрактивность 1) по первым двум категориям – поведенческой и презентационной аттрактивности. Насмешка, как и в первом случае, является неконкретной: исходя из картинки, социал-демократов клеймят, лишь за то, что они социал-демократы (аттрактивность 1).

«Они»-группа: 1 + 1 + 1 = 3.

I.III. *Издание*: Газета «Известия» (1.I.1925), первая полоса.

Карикатура: «1925-й…» (Б. Ефимов)

Протагонист карикатуры – человек в шлеме с большим животом, одетый в пиджак, очевидно, символизирующий коллективный Запад («они»-группа). К левой штанине его привязан меч, в левой руке - увенчанный свастикой флажок с надписью «Крестовый поход против СССР», в правой руке – щит с надписью «Признание» и пронзенным стрелой сердцем. Протагонист перечеркнут карандашным крестом; карандаш находится в руках у небольшого человека в фуражке с надписью «1925», вероятно, символизирующего СССР («мы»-группа). Дополнительная подпись как продолжение названия: «…поставит на «крестовом походе» основательный крест». Направление насмешки очевидно, и, однако, она вновь не конкретна (по третьему параметру аттрактивность «мы»-группы - 2, «они»-группы – 1), при этом персонаж, относящийся к «они»-группе, лучше одет (по второму параметру аттрактивность 2, а у персонажа «мы»-группы аттрактивность 0), а к «мы»-группе – привлекательней внешне (по первому параметру аттрактивность представителя «мы»-группы – 2, «они»-группы – 0).

«Мы»-группа: 2 + 0 + 2 = 4.

«Они»-группа: 0 + 2 + 1= 3.

I.IV. *Издание*: Газета «Комсомольская правда» (5.XII.1925), первая полоса.

Карикатура: «Задача для детей министерского возраста» (автор не указан).

На карикатуре изображен большой чан с подписью «Французские финансы». В верхнее отверстие из уст человека в фуражке с привязанной шеей, очевидно, рабочего, сыплются монеты, из нижнего отверстия чана высыпаются бумажные деньги. На чане задумчиво сидит новый министр финансов Франции Лушер (фамилия подписана). Дополнительная подпись снизу: «Имеется чан с 2-мя кранами. Через один (сверху) чан наполняется. Через другой (снизу) опорожняется. Спрашивается – когда чан наполнится или… опорожнится? А также – как долго продержится новый французский кабинет?» В качестве «они»-группы мы рассматриваем лишь министра финансов, не только потому что французский рабочий выполняет факультативную роль, а потому что его восприятие дихотомично – он вроде бы пролетарий, «свой», а вроде бы и француз, относящийся к «они»-группе. Поведенческая привлекательность Лушера сомнительна, однако непривлекательным в этом отношении его также назвать нельзя (аттрактивность 1), при этом одет он по моде (аттрактивность 2). Насмешка вновь не является конкретной: становится ясным, что Лушер грабит рабочих, но как конкретно – неясно (аттрактивность 1).

«Они»-группа: 1 + 2 + 1 = 4.

I.V. *Издание*: Газета «Правда» (9.XII.1922), первая полоса.

Карикатура: «На Лозаннской конференции» (автор не указан).

На карикатуре изображен человек в турецкой национальной одежде, на которого, щурясь и скрестив руки, смотрит группа людей в пиджаках – представители Запада. Снизу подпись – «Единым фронтом…» Одной из целей конференции было подписание мирного договора с Турцией, позиции СССР и стран Антанты различались. В качестве «они»-группы на карикатуре отчетливо фигурируют представители Западных стран – они внешне неприятны (аттрактивность 0) и хорошо одеты (аттрактивность 2). Насмешка (хотя и сомнительная по качеству) здесь происходит над конкретным фактом – ущемления Турции, за суверенитет которой выступал Советский Союз (то есть турок на карикатуре – вновь, как и персонаж рассмотренной выше карикатуры, образует смесь из «мы» и «они»). Аттрактивность по третьему параметру нулевая.

«Они»-группа: 0 + 2 + 0 = 2.

I.VI. *Издание*: Газета «Известия» (19.XII.1926), пятая полоса.

Карикатура: «Падение министерства Маркса (Германия)» (Б. Ефимов).

На карикатуре изображен немецкий рейхсканцлер Вильгельм Маркс, поскальзывающийся на льду, будучи на коньках и в зимней одежде. Подпись снизу: «Первая жертва зимнего сезона». Одежда протагониста карикатуры (представителя «они»-группы) – качественная, атрибуты – деловые (аттрактивность по второму параметру – 2), а внешность и поведение не являются ни отталкивающими, ни притягивающими (аттрактивность 1). Насмешка является абстрактной, поэтому по третьему параметру аттрактивности присваивается значение «1».

«Они»- группа: 1 + 2 + 1 = 4.

II. 1928 – 1941.

II.I.*Издание*: Газета «Правда» (6.III.1931), первая полоса.

Карикатура: Без названия (В. Дени; см. Рисунок 1.2, Приложение 1).

На карикатуре изображены два человека, стоящих спиной к зрителю. Их головы накрыты газетами «Социалистический вестник» и «Форвертс» (выходившие в Германии антисоветские социалистические газеты), а руки делают нечто незаметное для зрителя. В боковой части картинки находятся два мужчины в шляпах (очевидно, «империалисты»). Из уст одного из них раздается реплика: «Прячь концы!». Несмотря на то, что «они»-группа представлены различными социальными слоями, их вполне можно объединить, авторское отношение к ним негативное, однако атрибуты, к ним относящиеся (прежде всего, одежда) – аттрактивны (по второму параметру аттрактивности значение «2», по первому – «0»). Насмешка вновь носит характер намека и не конкретна (аттрактивность 1).

«Они»- группа: 0 + 2 + 1 = 3.

II.II. *Издание*: Журнал «Крокодил» (II.1934), первая полоса.

Карикатура: «Дон-Кихот: - Один барьер я взял, а другой мне взять – раз плюнуть!» (Ю. Ганф).

На карикатуре изображен споткнувшийся на лошади о барьер с надписью «Советская торговля» интеллигентного вида человек (в очках и брюках с жиле-

том) с поломанными доспехами, перед лицом которого встал еще больший барьер с надписью «Продуктообмен». В правом верхнем углу – цитата из И.В. Сталина из отчета на 17-м партсъезде: «Смешно и забавно, что эти люди, неспособные наладить простейшее дело советской торговли, болтают о своей готовности наладить более сложное и трудное дело прямого продуктообмена. Но Дон-Кихоты потому и называются Дон-Кихотами, что они лишены элементарного чутья жизни». Это – первая из карикатур, на котором изображена «мы»-группа (в национально-государственном масштабе). Несмотря на то, что чиновник был изображен в уничижительном свете (и в данном случае ясно почему, аттрактивность конкретна, по третьему параметру присваивается значение«0»), его внешний облик и презентационные атрибуты могут считаться аттрактивными (значения «2» по первому и второму параметрам).

«Мы»-группа: 2 + 2 + 0 = 4.

II.III. *Издание*: Газета «Известия» (1.VIII.1936), первая полоса.

Карикатура: «Фашизм – это война» (Б. Ефимов).

На карикатуре изображен злобный человек в военной форме с огромной костлявой рукой, которой он берет из лукошка со свастикой и рассыпает по дороге оружие, яды, бумаги с надписью «Пропаганда войны», «Подкупы» и другие. Дополнительная подпись: «Кто сеет ветер, пожнет бурю». Выражение лица категорически неприятно реципиенту (аттрактивность 0), а военная форма является стандартной и не несет дополнительных значений (аттрактивность 1), однако насмешку следует считать скорее конкретной (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

II.IV. *Издание*: Газета «Труд» (9.I.1940), вторая полоса.

Карикатура: «Население Финляндии чувствует определенную «привязанность» к маннергеймовцам» (бр. Абрамовы).

На карикатуре изображена повозка с сидящим на ней неприятным вооруженным человеком. Он присматривает за семьей с детьми, привязанными к повозке веревкой. На заднем плане – горящие дома. «Они»-группу представляет солдат армии Маннергейма, группа жителей, привязанная к повозке, находится в

маргинальном положении – между «мы» и «они». Представитель «они»-группы подчеркнуто неприятен внешне (аттрактивность 0), однако его одежда и боеприпасы не несут для реципиента дополнительного эмоционального заряда (аттрактивность 1). Насмешка вполне конкретна и отсылает к военному времени (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

II.V. *Издание*: Газета «Правда» (20.XII.1929), вторая полоса.

Карикатура: «Тайна сейфа» (К. Ротов).

На карикатуре изображен премьер-министр Франции Андре Тардье, открывающий сейф с надписью «Секретные фонды». Внутри – деньги. На большой круглой ручке сейфа размещен человек с надписью «Социалист». Над карикатурой маленькими буквами надпись «Несмотря на лицемерное противодействие социалистов, статья бюджета о секретных фондах (для борьбы с революционными организациями) прошла большинством голосов (Из газет))». Снизу – подпись: «Тардье: Этот замок стоит только повернуть и фонды будут наши!» Тардье (представитель «они»-группы) изображен грузным и неприятным (аттрактивность 0), хотя и весьма достойно одетым (аттрактивность 2). Суть насмешки разъяснена (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 0 + 2 + 0 = 2.

II.VI. *Издание*: Газета «Известия» (9.V.1937), первая полоса.

Карикатура: «Господин Риббентроп умывает руки» (Б. Ефимов).

Протагонист карикатуры министр иностранных дел Германии Иоаким фон Риббентроп. Окунув руки в грязную лужу, он смотрит на разрушенные стены, упавшую бомбу со свастикой и человеческие останки. За ним – человек в военной форме со свастикой. Снизу – подпись: «Сообщаю, что мы абсолютно неповинны в разрушении Герники. Это она сама себя бомбардировала». Оба персонажа карикатуры представляют собой «они»-группу; и военный, и штатский персонажи одеты аккуратно (аттрактивность 2 по второму параметру), но выражение лица офицера – уродливое, а Риббентропа – неприятное (аттрактивность 0 по первому параметру). Насмешка конкретна – аттрактивность 0.

«Они»-группа: 0 + 2 + 0 = 2.

III. 1941 – 1945 гг.

III.I.*Издание*: Газета «Правда» (15.XII.1941), третья полоса.

Карикатура: «Испорченная панорама» (О. Верейский; см. Рисунок 1.3, Приложение 1).

На карикатуре изображен огромных размеров красноармеец, ударяющий в лицо миниатюрному Адольфу Гитлеру с повязанным биноклем на шее. Гитлер падает в кучу поваленных нацистов. На заднем плане виднеется Москва. В правом верхнем углу – сообщение Совинформбюро: «Германское информационное бюро писало в начале декабря: «…германское наступление на столицу большевиков продвинулось так далеко, что уже можно рассмотреть внутреннюю часть города Москвы через хороший бинокль»». Под карикатурой – стихотворение М. Слободского:

«Еще в начале декабря

Победно немцы верещали:

«Столицу мы почти что взяли,

Мы мчимся, чудеса творя…

…Бросают избранные части

Солдат и танки на бегу.

Нам без биноклей на снегу

Видны их внутренние части!»

Адольф Гитлер как представитель «они»-группы хорошо одет (аттрактивность 2 по второму параметру), но подчеркнуто неприятен (аттрактивность 0 по первому параметру), а красноармеец как представитель «мы»-группы довольно величествен своим обликом (аттрактивность 2 по второму параметру), хотя и лицо и явное поведение его не является однозначно аттрактивным, либо неаттрактивным (аттрактивность 1 по первому параметру). Над «мы»-группой насмешки не происходит (аттрактивность 2 по третьему параметру), насмешка над «они»-группой конкретна (аттрактивность 0 по третьему параметру).

«Мы»-группа: 1 + 2 + 2 = 5.

«Они»-группа: 0 + 2 + 0 = 2.

III.II. *Издание*: Газета «Известия» (1.I.1942), четвертая полоса.

Карикатура: «О котенке, который вообразил себя львом (Новогодний обзор)» (Б. Ефимов).

Карикатура представляет собой небольшой комикс из 6 рисунков, протагонист которого – черный кот с лицом Гитлера и треуголкой на голове. На первом рисунке Гитлер, брызжа слюной, глядит на Москву. На втором – с подписью «июнь» Гитлер смотрится в зеркало, справа от него флажок «3-х недельный поход на Москву!». На третьем – с подписью «июль-август» Гитлер марширует с флажком «6-и недельный поход на Москву!». На четвертом – с подписью «сентябрь-октябрь» с флажком «Взять Москву до наступления зимы». На пятом – Гитлер, перебинтованный, в ушанке, рядом – флажок «Взять Москву любой ценой». Подпись – «ноябрь». На шестом – Гитлер отскакивает после удара сапога, над которым виднеется приклад с шестиконечной звездой. Подпись – «Декабрь («Организованный отход на более удобные зимние квартиры»)». На данном изображение уничижение представителя «они»-группы тотально (хотя и объяснимо) и касается и самого факта насмешки, и внешнего облика, и презентации – значение «0» по всем трем параметрам.

«Они»-группа: 0 + 0 + 0 = 0.

III.III. *Издание:* Журнал «Крокодил» (IX-X.1944), первая полоса.

Карикатура: «Специальный Ленинградский» (Л. Бродаты).

На карикатуре изображена медаль «За оборону Ленинграда». На медали выгравированы четыре красноармейца. Все они протыкают штыками изображенного рядом Гитлера. Лицо и руки его уродливы (аттрактивность 0), одежда ничем не примечательна (аттрактивность 1), насмешка конкретна (аттрактивность 0). Представители «мы»-группы в данном случае представляют точную копию изображенных на медали «За оборону Ленинграда», поэтому использовать их в анализе нет смысла.

«Они»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

III.IV. *Издание:* Газета «Труд» (7.II.1945), четвертая полоса.

Карикатура: «Под гром советских орудий» (Б. Ефимов).

На карикатуре крупным планом изображены советские зенитные орудия. Под ними суетится несколько человек со свастикой на груди. Рядом с людьми – микрофоны. Дополнительная подпись: «Смятение в хоре берлинских радиокомментаторов». Немецкая «они»-группа в данном случае изображена двояко: у радиокомментаторов лица испуганные, но не злобные, у офицеров вермахта – и испуганные, и злобные. Одеты они прилично, однако внешность в общем и целом имеет смысл кодировать как неприятную, то есть присвоить нулевое значение кода за первый параметр. Общая сумма показателя аттрактивности – 2: из-за благопристойной одежды и других атрибутов (аттрактивность 2).

«Они»-группа: 0 + 2 + 0 = 2.

III.V. *Издание:* Газета «Правда» (31.XII.1942), четвертая полоса.

Карикатура: Без названия (Кукрыниксы).

Большая карикатура состоит из нескольких рисунков, не связанных между собой сюжетно, но связанных тематически. Каждая из них посвящена отдельному лидеру стран «оси», то есть «они»-группы. Общая подпись: «Годовой расчет фашистской бухгалтерии». На переднем плане – «главный бухгитлер», ведущий «счет потерь и убытков на советско-германском фронте». На других изображениях румынский диктатор Йон Антонеску утопает в бумагах, ведя «расплату румынскими солдатами по договорам», диктатор Вишистской Франции Анри Филипп Петен моет пол полотенцем с надписью «Компьенское перемирие» и др. Представители «они»-группы здесь непривлекательны как внешне, так и своими атрибутами (некоторые из них попросту раздеты), оттого (вкупе с едкой и конкретной насмешкой) их аттрактивность нулевая.

«Они»-группа: 0 + 0 + 0 = 0.

III.VI. *Издание:* Газета «Известия» (15.XI.1944), четвертая полоса.

Карикатура: «Больничный лист «фюрера» (к слухам о болезни Гитлера)» (Б. Ефимов).

На карикатуре изображен лежащий на постели Гитлер, над ним – список городов и территорий, где нацисты потерпели поражение. Из-за ширмы выгляды-

вают несколько лиц гитлеровских сподвижников. Снизу – подпись «Гитлера постиг не один удар, а целый ряд ударов – из них десять сокрушительных на советско-германском фронте». Представители «они»-группы имеют подчеркнуто непривлекательную внешность (аттрактивность 0), одежда и атрибуты дополнительной информации не несут (аттрактивность 1), насмешка конкретна (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

IV. 1945-1953.

IV.I. *Издание:* Газета «Известия» (30.XII.1945), шестая полоса.

Карикатура: «Судебная процедура в Италии…» (Б. Ефимов; см. Рисунок 1.4, Приложение 1).

На карикатуре изображено открытое окно, из которого по веревке только что спустился человек, поднявший затем шляпу и сказавший: «Пока!». На заднем плане идет заседание суда, в котором и размещено окно. В правом верхнем углу информация: «За последнее время в Италии зарегистрирован ряд случаев бегства из-под ареста крупных фашистских преступников при явном попустительстве полиции. В частности, фашист Палаццо, ожидавший вынесения приговора, сбежал непосредственно из зала суда». Дополнительная подпись: ««Последнее слово» подсудимого». Пусть представители «они»-группы находятся в антагонизме, их аттрактивность можно считать идентичной. «Они» уже не являются столь же внешне непривлекательными (аттрактивность 1), как во времена Второй мировой войны, одежда и атрибуты также вызывают доверие (аттрактивность 2), насмешка конкретна (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 1 + 2 + 0 = 3.

IV.II. *Издание:* «Литературная газета» (19.XI.1947), первая полоса.

Карикатура: «В кафешантане Уолл-Стрит» (МОА).

На карикатуре изображен кафешантан, на сцене которого находятся два человека: худой мужчина в откровенном женском платье с хвостом с подписью «Де Голль» и саксофонист, под аккомпанемент которого «Де Голль» кричит: «Советская угроза!» В зале одобрительно аплодируют тучные мужчины с сигарами и бо-

калами (все вместе образуют «они»-группу). Дополнительная подпись: «Выступление модной французской шансонетки». Внешность всех изображенных в карикатуре подчеркнуто неприятна (аттрактивность 0), с одеждой и атрибутами ситуация более сложная, «Де Голль» фактически раздет и болезненно худ, остальные тучны, но носят престижную одежду (аттрактивность 1), насмешка присутствует, но является абстрактной (аттрактивность 1).

«Они»-группа: 0 + 1 + 1 = 2.

IV.III. *Издание:* Журнал «Крокодил» (20.II.1949), первая полоса.

Карикатура: «Некоторые работники министерств, приезжая в деревню, ограничиваются тем, что собирают сведения» (Л. Бродаты).

На карикатуре изображен мужчина с небольшой бородой, одетый в пальто, шарф и шапку. Руки держит в карманах. Перед ним – стол, на котором стоит чернильница, тетрадь, бутылки молока, микроскоп, лежит сноп. Дополнительная подпись: «КОМАНДИРОВАННЫЙ ИЗ МИНИСТЕРСТВА: - Как тут выяснить положение с сеном? Пятый день торчу в конторе, а агронома все нет! Говорят, в поле уехал…» Командированный из министерства представляет «мы»-группу, он довольно невзрачен внешне, однако насмешки над его внешностью нет (аттрактивность 1), носит деловую одежду (аттрактивность 2), содержательная насмешка конкретна (аттрактивность 0).

«Мы»-группа: 1 + 2 + 0 = 3.

IV.IV. *Издание:* Газета «Правда» (1.I.1950), четвертая полоса.

Карикатура: «Новогоднее гадание» (Кукрыниксы).

На карикатуре изображен спектр основных недружественных СССР лидеров и представителей западных стран, занятых неблаговидными делами, описанными в стихотворении С. Маршака, расположенном под карикатурой:

«В полночный час сошлась компания

Для новогоднего гадания.

Вот мистер Трумэн в зал вошел

Со всею знатью Уолл-стрита

И ноги положил на стол –

На верноподданного Тито…

…Вот Макартур, второй микадо,

Бормочет что-то о войне…»

Большинство представителей «они»-группы изображены здесь уродливыми внешне (аттрактивность 0), преимущественно раздетыми, полураздетыми, либо в рваной одежде (аттрактивность 0), объектами насмешки, однако абстрактной (аттрактивность 1).

«Они»-группа: 0 + 0 + 1 = 0.

IV.V. *Издание:* Газета «Известия» (1.I.1946), шестая полоса.

Карикатура: Серия: «Фашистский зверинец». «Двенадцатый час гитлеровских преступников» (Б. Ефимов).

На карикатуре изображены 12 нацистских преступников на скамье подсудимых Нюрнбергского процесса. Головы их повернуты влево. Слева часы, показывающие 12.00, обернутые петлей. За ними – надпись «1946», соответствующая новому году. Над карикатурой написана пословица «Сколько веревку ни вить, а концу быть». Лица представителей «они»-группы не привлекательны (аттрактивность 0), одежда соответствует канону (аттрактивность 2), насмешка конкретна (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 0 + 2 + 0 = 2.

IV.VI. *Издание:* Газета «Известия» (1.I.1946), четвертая полоса.

Карикатура: Серия: «Новый Год по московскому времени» (Б. Ефимов).

В 1946-1947 годах публикации карикатур в советских газетах резко сократились, оттого и шестая карикатура на заданном этапе так же будет из новогоднего номера газеты. На карикатуре изображены часы на Спасской башне, а параллельно им – рука с флагом, на котором подписано «За подлинную демократию! За мир и безопасность всех народов!» Слева от нее люди в образе орлов в шляпах, на одной из шляп – свастика. На них стоит подпись «Поджигатели войны», «Фашистская нечисть». «Мы»-группа в данном случае обозначена рукой, однако это –

предельно абстрактно, «они»-группа фиксируется четче: лица непривлекательны (аттрактивность 0), одежда заменена птичьим оперением (аттрактивность 0), насмешка абстрактна (аттрактивность 1).

«Они»-группа: 0 + 0 + 1 = 1.

V. 1953 – 1964.

V.I. *Издание:* Журнал «Крокодил» (28.II.1957), первая полоса.

Карикатура: «Прямой путь депутата» (Е. Щеглов; см. Рисунок 1.5, Приложение 1).

На карикатуре изображен мужчина, который на одной половине рисунка работает на станке, а на другой половине он же, одетый в зимнюю одежду, с папкой под мышкой, идет в городской совет. Это – пример описанной в теоретической части «положительной» карикатуры, и положительной по отношению к «мы»-группе. И внешность, и атрибуты, и отсутствие насмешки позволяют присвоить значение аттрактивности «2» по всем параметрам. Место публикации – на первой полосе юмористического журнала «Крокодил» – говорит, что перед нами все же карикатура, а не произведение другого направления.

«Мы»-группа: 2 + 2 + 2 = 6.

V.II. *Издание:* Газета «Известия» (31.XII.1959), первая полоса.

Карикатура: «Пора покончить с этой опасной эстафетой» (Х. Бидструп).

На карикатуре изображено несколько рисунков, на которых мальчик и дед, попеременно меняя майки с надписями от «1955» по «1959» годы, передают друг другу бомбы и артиллерийские снаряды. Оба едва справляются с их тяжестью. На последнем рисунке мальчик в футболке «1960» с улыбкой на лице бросает эти снаряды. Национальность их неясна, однако предположительно оба символизируют представителей Советского Союза («мы»-группа), американцев в них различить сложнее. Лица и явное поведение деда и мальчика вызывают симпатию (аттрактивность 2), одежда деда заплатанная, мальчика неопределенная, оттого аттрактивности атрибутов присваивается значение «1». Насмешки над обоими нет, оттого по третьему пункту значение аттрактивности – максимальное (2).

«Мы»-группа: 2 + 1 + 2 = 5.

V.III. *Издание:* Газета «Известия» (20.XI.1960), вторая полоса.

Карикатура: «Фрукты, выращиваемые на гватемальских плантациях американского империализма» (В. Фомичев).

На карикатуре изображен садовник в темных очках и с пиратским флагом на фартуке (очевидно, представитель американского истеблишмента), снимающий с дерева людей-груш в шляпах с оружием и долларами (очевидно, их союзники из Центральной Америки). Груши складываются в коробку «Экспорт «Юнайтед фрут компани» в Кубу». Лица «они»-группы визуально непривлекательны (аттрактивность 0), одежда неопределенная (аттрактивность 1), насмешка скорее конкретна (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

V.IV. *Издание:* Газета «Правда» (1.XII.1961), четвертая полоса.

Карикатура: «Африка будет свободной!» (Вл. Добровольский и М. Абрамов).

На карикатуре изображен контур африканского континента, внутри которого расположен кулак с оборванной цепью. От кулака отлетают несколько человек в охотничьей форме – очевидно, представители колониалистов («они»-группа). Лица представителей «они»-группы нейтральны (аттрактивность 1), общий облик довольно аккуратный (аттрактивность 2), насмешка над конкретными персонажами все же неконкретна (аттрактивность 1).

«Они»-группа: 1 + 2 + 1 = 4.

V.V. *Издание:* «Литературная газета» (3.I.1963), пятая полоса.

Карикатура: «Новогоднее путешествие по западному миру» (Ю. Черепанов).

Карикатура состоит из нескольких изображений, на которых «мальчик – Новый год» встречает различных представителей Западного мира: например, человека с ракетой, привязанного к столбу, человека с винтовкой на шее, спускающегося на воздушных шарах в форме ядер и т. д. Лица всех представителей Западного мира непривлекательны (аттрактивность 0), одежда и атрибуты разнятся от персонажа к персонажу (аттрактивность 1), насмешка очевидна, но не конкрет-

на (аттрактивность 1). Мальчик – Новый год скорее интернационален, в нем нет специфических советских черт, то есть частью «мы»-группы по государственному и национальному признаку, он не является.

«Они»-группа: 0 + 1 + 1 = 2.

V.VI. *Издание:* Газета «Правда» (1.I.1961), четвертая полоса.

Карикатура: «Западной Европе – от заокеанского дядюшки» (Кукрыниксы).

На карикатуре изображен американец в форме (идентифицируемый по нашивке с долларом) и темных очках, ведущий на поводке человека, идущего на четвереньках (на нем подпись – «европейское сообщество»), верхом на нем – человек в военной формой и шлеме со свастикой, их подталкивает еще несколько человек в форме. Снизу – подпись «Новогодний подарок». «Они»-группа в данном случае является внешне непривлекательной (аттрактивность 0), добротная одежда компенсируется нелестными атрибутами (аттрактивность 1), насмешка очевидна, но не конкретна (аттрактивность 1).

«Они»-группа: 0 + 1 + 1 = 2.

VI. 1964 – 1985.

VI.I. *Издание:* Газета «Труд» (5.XII.1966), четвертая полоса.

Карикатура: «Закон ЕСТ закон» (В. Черников; см. Рисунок 1.6, Приложение 1).

На карикатуре изображено лицо грузного неприятного человека в каске с надписью «Чрезвычайные законы» (периодически во время студенческих и антикапиталистических волнений в ФРГ вводились «чрезвычайные законы», заключающие в себе среди прочего отмену права на забастовку, ограничение свободы передвижения), который поедает книгу «Конституция ФРГ». Представитель «они»-группы имеет неприятное выражение лица (аттрактивность 0), из-за портретного характера карикатуры привлекательность иных атрибутов неясна (аттрактивность 1), насмешка при том очевидна и довольно конкретна (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

VI.II. *Издание:* Газета «Правда» (27.XII.1976), третья полоса.

Карикатура: «Рождественская «елка»» (М. Абрамов).

На карикатуре изображен грузный мужчина в шляпе («империалист») радостно стоящий возле двух графиков-«молний», вместе образующих елку. Одна молния – восходящая (график «Военные расходы»), другая – нисходящая (график «На социальные нужды»). В правом верхнем углу информация – «Для уходящего года в странах Запада был характерен дальнейший рост расходов на военные нужды при одновременном сокращении ассигнования на социальные нужды» (Из газет)». Представитель «они»-группы тучный, с некрасивым лицом (аттрактивность 0), однако одет в классическом стиле (аттрактивность 2), является объектом конкретной насмешки (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 0 + 2 + 0 = 2.

VI.III. *Издание:* «Литературная газета» (7.XI.1977), шестнадцатая полоса.

Карикатура: Без названия (автор не указан).

Карикатура состоит из двух фрагментов. На первом изображении – огромная пирамида, в основании которой находятся два едва дышащих крестьянина, сидящих на лошади, а на них сидят помещики в шляпах и с огромными ложками. Для большей ясности слева виднеется табличка «Земля помещичья», над всем фрагментом карикатуры – надпись «Февраль 1917». На втором фрагменте изображены освобожденные крестьяне, чьи взгляды, как и взгляды коня направлены вверх, а помещики падают вместе с ложками. Над фрагментом карикатуры – надпись «Октябрь 1917». Поскольку «они»-группы выделяются нами по принципу гражданской и национальной принадлежности, помещики – безусловные «они» по отношению к советскому обществу принимать участие в анализе не будет. Однако освобожденные крестьяне – «мы»-группа. Их лица радостны и приятны (аттрактивность 2), одеты они в крестьянские одежды не являющиеся ни привлекательными, ни непривлекательными (аттрактивность 1), объектом насмешек не являются (аттрактивность 2).

«Мы»-группа: 2 + 1 + 2 = 5.

VI.IV. *Издание:* «Крокодил» (VII.1969), шестнадцатая полоса.

Карикатура: «Торжественный вывод американских войск из Вьетнама» (Ю. Черепанов).

На карикатуре одинокий американский солдат продвигается к трапу самолета. Рядом с ним почетный караул из несколько сот солдат и многочисленные вспышки фотокамер. Дополнительная подпись: «Пентагонские пропагандисты пытаются представить планируемый вывод 25000 американских солдат из Южного Вьетнама как «большой шаг к миру», умалчивая о том, что огромная полумиллионная армия агрессоров по-прежнему остается в стране». Внешность представителей «они»-группы скорее нейтральная (аттрактивность 1), военная форма изображена достаточно примитивно, ее привлекательность довольно ограниченна (аттрактивность 1), насмешка очевидна и конкретна (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 1 + 1 + 0 = 2.

VI.V. *Издание:* газета «Правда» (4.V.1972), пятая полоса.

Карикатура: «Прогнившее коромысло» (В. Волков).

На карикатуре типичный капиталист в шляпе, фраке и очках несет змею в форме коромысла с надписью «Расизм». К коромыслу подвешены два ведра, на обоих – подписи «Прибыли монополий». Дополнительная подпись: «с помощью расистских режимов колониалистские державы рассчитывают сохранить свои прибыли, получаемые от эксплуатации африканских народов». Представитель «они»-группы имеет непривлекательное лицо и явное поведение (аттрактивность 0), привлекательную одежду (аттрактивность 2), однако насмешка в его отношении достаточно абстрактна (аттрактивность 1).

«Они»-группа: 0 + 2 + 1 = 3.

VI.VI. *Издание:* «Литературная газета» (25.III.1981), первая полоса.

Карикатура: Без названия (В. Розанцев).

На карикатуре огромного размера человек в облике Людоеда из сказки «Кот в сапогах» в майке с надписью «Инфляция» глядит на небольшого размера Кота. Снизу диалог: «– Сэр, не могли бы вы уменьшиться до размеров маленькой мышки? – А что, у вас появилась наконец-то новая диета?» Сверху подпись, объясняющая диалог: «Невиданные масштабы приобрела инфляция. С 1970 года в раз-

витых капиталистических странах цены поднялись в среднем в 2,5 раза, в том числе с 1975 года – в полтора раза. Кривая роста инфляции становится все круче». «Кот в сапогах» находится в смежном положении между «мы» и «они». «Они»-группой является Людоед – «капиталист». Его внешность неприятна, однако, сказочный контекст не делает ее столь же злобной как на классических карикатурах, оттого значение аттрактивности – «1», атрибуты непривлекательны (аттрактивность 0), также Людоед является объектом конкретной насмешки (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 1+ 0 + 0 = 0.

VII. 1985 – 1991.

VII.I. *Издание:* «Литературная газета» (29.XII.1986), пятая полоса.

Карикатура: «Вашингтон: ралли-1986»(Д. Агаев; Рисунок 1.7, Приложение 1).

Карикатура представляет собой комикс из 6 отдельных картинок. На первой изображены два человека в автомашине с надписью «Авторитет американской администрации» (один из них президент Рейган, второй, вероятно, госсекретарь). Люди бросают им цветы. На второй – автомобиль подскакивает на буграх с надписью «Подземные ядерные испытания». На третьей – попадает в аварию, врезаясь в дорожный знак «Договор ПРО». На четвертой - теряет запчасти, подлетев вверх на холме с надписью «Договор ОСВ-2». На пятой – падает в воду. Рядом – надпись «Ирангейт». Наконец, на шестой, мокрый Рейган с одним рулем в руке говорит госсекретарю: «Улыбайся, мы еще у руля». Лица представителей «они»-группы отражают широкий спектр эмоций, где-то они недовольные, где-то озадаченные, поэтому значение их аттрактивности – «1». То же касается и презентационной аттрактивности, так как к 6 картинке их официальная одежда становится мокрой и рваной, а автомобиль разлетается на части. Насмешка очевидна и конкретна, по третьему пункту аттрактивность «0».

«Они»-группа: 1 + 1 + 0 = 2.

VII.II. *Издание:* Газета «Труд» (2.II.1989), четвертая полоса.

Карикатура: Без названия (С. Адаменко).

На карикатуре изображен безликий мужчина, стучащий кулаком по столу с трибуны и говорящий: «Мы не Арал уничтожаем, а создаем крупнейший в мире пляж!». Очевидно, это советский чиновник. Его форма и выражение лица скорее некрасивые (аттрактивность 0), другие атрибуты доподлинно неясны из-за схематичности карикатуры (аттрактивность 1), насмешка над его бюрократической косностью очевидна (аттрактивность 0).

«Мы»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

VII.III. *Издание:* Газета «Известия» (31.I.1990), первая полоса.

Карикатура: Без названия (А. Бильжо).

Карикатура иллюстрирует статью «Мясной «конфликт» российского масштаба». На рисунке изображена группа одинаковых людей с сумками, заходящих в темную дверь, над который висит вывеска «Продукты». Над дверью на втором ярусе стоят люди в шляпах и человек в форме, напоминая представителей советской власти, выступающих с трибуны Мавзолея. В данном случае, «мы»-группы вроде бы две (по обозначенному признаку), однако различия в их аттрактивности нет. Насмешка здесь в целом над общественно-политической ситуацией. Внешность руководителей неприятна, а голова однообразных людей похожа на птичьи головы, поэтому по первому параметру аттрактивности значение «0», атрибуты их довольно неопределенны (срединное значение аттрактивности – «1»), насмешка над обоими слоями очевидна и иллюстрируется в прилежащей статье (значение – «0»).

«Мы»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

VII.IV. *Издание:* Газета «Известия» (23.V.1985), первая полоса.

Карикатура: «Айсберг американской экономики» (С. Богачев).

На карикатуре изображен сидящий на айсберге бородатый мужчина в шарфе, с заплатанными штанами, греющий чайник на костре. Основа айсберга – черная, на ней написано «военные расходы», вершина значительно меньше, на ней написано «социальные нужды». Рядом примечание о том, что в американской экономике – «сбои», вызванные «безудержным наращиванием военных расходов». Американца сидящего на айсберге все-таки стоит рассматривать как «они»-

группу, над ним смеются в лице всего США. Внешность представителя «они»-группы нейтральная (аттрактивность 1), атрибуты скорее непривлекательные (аттрактивность 0), насмешка очевидна и конкретизирована соседней заметкой (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 1 + 0 + 0 = 1.

VII.V. *Издание:* «Литературная газета» (21.V.1989), седьмая полоса.

Карикатура: Без названия (автор неизвестен).

Карикатура размещена внутри статьи, в которой публицист рассуждает о том, справедливо ли то, что заработки в кооперативах превосходят заработки на государственной службе. На карикатуре изображены два человека в костюмах, качающихся на парной качели. Один из них перевешивает другого. Внешность представителей «мы»-группы в данном случае досконально неясна (лица схематичны), оттого первый параметр аттрактивности – «1», презентационные атрибуты довольно респектабельны (аттрактивность 2), насмешка достаточно спорна, так как она относится лишь к одному из действующих лиц (аттрактивность 1).

«Мы»-группа: 1 + 2 + 1 = 4.

VII.VI. *Издание:* «Известия» (2.X.1991), первая полоса.

Карикатура: Без названия (Н. Кинчаров).

На карикатуре изображен перенос делового человека в костюме (очевидно, государственного деятеля) несколькими людьми в рабочей одежде. Место, откуда он идет, обозначено стрелкой как коммунизм, место, куда он идет – капитализм. «Мы»-группа вновь сливается в одну. Детали их лиц не прорисованы, оттого присваивается срединное значение аттрактивности («1»), презентационные атрибуты при этом не заслуживают претензии (аттрактивность 2), насмешка над всеми героями очевидна и ясна (аттрактивность 0).

«Мы»-группа: 1 + 2 + 0 = 3.

1991 – 2000.

VIII.I. *Издание:* «Литературная газета» (16.XII.1992), шестнадцатая полоса.

Карикатура: Без названия (Ю. Воскобойников, Рисунок 1.8, Приложение 1).

На карикатуре изображена колонна танков в форме заварочных чайников, выезжающих из помещения. Из люков высунулись отдающие честь танкисты. Слева один офицер в форме говорит другому: «Ну что ж, конверсия так конверсия…» Лица представителей «мы»-группы нейтральны и неинтересны (аттрактивность 1), форма прорисована довольно детально и вызывает уважение (аттрактивность 2), по поводу насмешки максимальное значение вряд ли уместно, так как герои карикатуры, наоборот, проявили себя довольно изворотливыми, но при этом также и нелепыми, оттого избирается срединное значение аттрактивности («1»).

«Мы»-группа: 1 + 2 + 1 = 4.

VIII.II. *Издание:* Газета «Московский комсомолец» (1.XI.1996), первая полоса.

Карикатура: Без названия (А. Меринов).

На карикатуре изображены два человека-вороны – один большой, другой поменьше. Оба сидят на дереве. Верхушка дерева сделана в виде Спасской башни. Одна ворона указывает другой рукой на находящее рядом небольшое поселение и спрашивает: «Кровью там пахнет или нефтью?» Та, что побольше, отвечает: «Для нас главное – запах…» Карикатура иллюстрирует статью «Пусти Березовского в Чечню…» – о назначении олигарха заместителем председателя Совета безопасности по Чечне. Представители «мы»-группы (хотя для читателя это – «они», однако по условиям нашего исследования – «мы») неприятны внешне (аттрактивность 0), из атрибутов имеют лишь оперение и черты лица птиц (аттрактивность 0), над обоими демонстрируется понятная в контексте прилежащей статьи насмешка (аттрактивность 0).

«Мы»-группа: 0 + 0 + 0 = 0.

VIII.III. *Издание:* Газета «Известия» (1.X.1999), вторая полоса.

Карикатура: Без названия (И. Смирнов).

На карикатуре изображен полный лысеющий мужчина в костюме с деловым чемоданом, направляющийся от поселения с деревянными домами к поселению с небоскребами. В правой руке у него шляпа, у которой вместо полей – контуры

Спасской башни. Жест его явно просящий. Карикатура иллюстрирует статью: «Очень кушать хочется: Москва попросила Вашингтон о дополнительной продовольственной помощи». «Они»-группа лишь подразумевается. Представитель «мы»-группы грузен, лыс и некрасив (по первому параметру аттрактивности присваивается значение «0»), одежда его ладна, но старомодна – то же касается и чемодана (значение «1» по второму параметру аттрактивности), Насмешка над ним очевидна и конкретизирована (значение «0»).

«Мы»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

VIII.IV. *Издание:* «Московский комсомолец» (8.Х.1993), пятая полоса.

Карикатура: Без названия (А. Меринов).

На карикатуре изображены два переговаривающихся по телефону шута, сидящие на царских тронах. Через телефонный провод при этом прыгают небольшого размера несколько невзрачных людей в коронах. Карикатура иллюстрирует статью «100% КГБ и 99% МВД в руках Бирштейна». Основное содержание статьи составляют переговоры двух «дельцов» – Б. Бирштейна и Д. Якубовского, которые по мнению автора статьи контролируют ряд крупных государственных служб. Лица представителей «мы»-группы на карикатуре либо невзрачные, либо неприятные (аттрактивность 0), аттрактивность облика оценить сложно – шутовская одежда, вроде бы канонична, а королевская трудно различима (аттрактивность 1), насмешка над представителями «мы»-группы очевидна и конкретизирована статьей (аттрактивность 0).

«Мы»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

VIII.V. *Издание:* газета «КоммерсантЪ» (10.II.1997), вторая полоса

Карикатура: Без названия (В. Песков).

На карикатуре изображены два сидящих в чистом поле украинца, узнаваемых по атрибутам чуба и трубки. Оба глядят на летящий военный самолет, один причитает: «Редкая птица не долетит до середины Днепра». Карикатура сопровождает статью о неоднократном нарушении Россией воздушного пространства Украины. Украинцы, бывшие во времена СССР «мы»-группой, после обретения независимости Украины превратились в «они»-группу. Внешность их – пограничная

между привлекательностью и непривлекательностью (аттрактивность 1), то же касается и их одежды, и других атрибутов (аттрактивность 1), насмешка в их отношении, безусловно, считывается (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 1 + 1 + 0 = 2.

VIII.VI. *Издание:* газета «Завтра» (IV.1998), первая полоса

Карикатура: «Отдохнул, пора и на работу» (Г. Животов).

На карикатуре изображен президент России Борис Ельцин с туловищем медведя, идущий по лесу, а рядом с ним несколько политиков, включая премьер-министра Сергея Кириенко. Он изображен в позе небольшого зайца, пресмыкающегося перед медведем. Ведущие политики страны, относящиеся к «мы»-группе имеют здесь нулевой показатель аттрактивности – их лица неприятные (аттрактивность 0), тела – звериные (аттрактивность 0), оба являются объектами насмешек, впрочем недостаточно конкретизированных (аттрактивность 0).

«Мы»-группа: 0 + 0 + 1 = 1.

IX. 2000-2008 гг.

IX.I. *Издание:* Газета «КоммерсантЪ» (24.II.2002), тринадцатая полоса.

Карикатура: Без названия (С. Тюнин; Рисунок 1.9, Приложение 1).

На карикатуре изображен мужчина в очках и деловой одежде, катящий на лафете авиационную бомбу с надписью «Экономическая». Карикатура иллюстрирует статью: «Президент занял противовоздушную оборону: создан концерн ПВО «Алмаз-Антей». Представитель «мы»-группы представляет собой неопределенного государственного мужа. Лицо его некрасиво, нос выпирает, однако интенционально лицо изуродовано не было (поэтому значение аттрактивности 1), одет он в деловом стиле (аттрактивность 2), и лишь частично является объектом насмешки (аттрактивность 1).

«Мы»-группа: 1 + 2 + 1 = 4.

IX.II. *Издание:* «Литературная газета» (10-16.XI.2004), шестнадцатая полоса.

Карикатура: «Заединщики на марше» (И. Гончарук).

На карикатуре изображены лидер КПРФ Геннадий Зюганов и лидер партии «Яблоко» Григорий Явлинский, поджигающие запал пушки, жерло которой направлено на закрытый на замок Кремль. Подпись к карикатуре следующая: «Лидер коммунистов Геннадий Зюганов так объяснил свое неожиданное партнерство с правыми либералами в выступлениях против власти: «Идти врозь, а бить вместе!» Интересно, чем закончится этот мезальянс с ограниченной ответственностью?». Политики из «мы»-группы изображены как не очень приятные внешне коротышки, оттого значение поведенческой аттрактивности – «0». На персонажах карикатуры надета форма солдата и матроса из революционных времен, аттрактивность ее неопределенная, возможный выход – присвоение значения «аттрактивность 1» по второму параметру. Насмешка над обоими объяснена и очевидна («0» по третьему параметру).

«Мы»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

IX.III. *Издание:* Газета «Известия» (31.III-2.IV.2006), шестая полоса.

Карикатура: «Президент Латвии Вайра Вике-Фрейберга о саммите НАТО в конце ноября: «Участие России в саммите НАТО в Риге… отнимет время от обсуждения внутренних вопросов альянса» (А. Бильжо).

На карикатуре изображен слон, на пути которого попадается маленькая собака. Слон спрашивает: «Ты чо, в натуре слона не видела?» В данном случае животные явно «очеловечены», понятно, кто есть кто, оттого карикатура вполне допустима в анализе. Правда, сам выбор подобной внешности является уничижительным как для «мы», так и для «они»-группы (аттрактивность 0 для обеих). Других атрибутов, кроме как звериных на них практически нет, поэтому как второе значение аттрактивности возможно присвоить «1». Более выражена насмешка над «они»-группой (значение аттрактивности по третьему параметру «0»), чем насмешка над «мы»-группой (значение аттрактивности по третьему параметру – «1»).

«Мы»-группа: 0 + 1 + 1 = 2;

«Они»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

IX.IV. Издание: «Литературная газета» (21-27.III.2001), первая полоса.

Карикатура: Без названия (М. Златковский).

Карикатура иллюстрирует материал «Индексацию ест инфляция». На ней изображен чиновник, сквозь правый карман которого проходит нисходящий график, а из живота торчит восходящий график, который он тщетно пытается удержать. Внешность его совершенно не привлекательна (аттрактивность «0»), одежда (деловой костюм) невыразительная и местами дырявая (аттрактивность «0»), насмешка над персонажем очевидна и объяснена приведенным под карикатурой материалом (аттрактивность «0»).

«Мы»-группа: 0 + 0 + 0 = 0.

IX.V. Издание: газета «Московский комсомолец» (2.XI.2005), первая полоса.

Карикатура: Без названия (А. Меринов).

Карикатура иллюстрирует материал ««Оконная драма»: антибюрократическая реформа в Москве буксует» – о сложностях, связанных с введением службы «одного окна». На карикатуре изображена очередь, первый человек, в которой подает бумагу в окошко. Однако вместо лица у него череп. Другой человек с бумагой окликает его сзади и спрашивает: «Давно стоите, товарищ?». Внешность как «живого мертвеца», так и вопрошающего неприятна (аттрактивность «0»), однако одеты они прилично – в плащи и шляпы (аттрактивность «2»). Объектом конкретной насмешки тут наряду с гражданами являются отсутствующие чиновники, однако насмешка целиком относится к «мы»-группе, поэтому значение аттрактивности по третьему параметру – «0».

«Мы»-группа: 0 + 2 + 0 = 2.

IX.VI. Издание: газета «Московский комсомолец» (9.XI.2006), первая полоса.

Карикатура: Без названия (А. Меринов).

Карикатура иллюстрирует материал «Вертикаль дала крен: Татарстан снова равнее других регионов». На карикатуре изображен человек в царской короне, глазами напоминающий президента В.В. Путина, стоящего на возвышенности. Он поливает дерево, корни которого тянутся вниз, вот-вот упадут и унесут с собой

протагониста. Внешность представителя «мы»-группы нельзя назвать ни привлекательной, ни обратной ей – на лице испуг, оттого присваивается значение аттрактивности «1». Одежда прорисована нечетко, однако вкупе с лейкой и царской короной аттрактивность скорее нулевая. Насмешка очевидна и объяснена в журналистском материале – по третьему параметру аттрактивности значение «0».

«Мы»-группа: 1 + 0 + 0 = 1.

X. 2008-2016 гг.

X.I. Издание: Газета «КоммерсантЪ» (8.IV.2009), десятая полоса.

Карикатура: Без названия (В. Чума; Рисунок 1.10, Приложение 1).

Карикатура иллюстрирует материал о взаимоотношениях власти и бизнеса – ««Связные» сбились в группу. Чтобы не выплачивать налоговикам всю задолженность». На карикатуре изображена группа безликих обнимающихся людей (очевидно, бизнесмены), рядом на них вопросительно глядит такой же безликий человек с кейсом в руках – очевидно, представитель налоговых органов. Внешнюю аттрактивность персонажей «мы»-группы в карикатурах подобной стилистики определить непросто, поэтому целесообразно присвоить значение «1» по этому параметру. Атрибутов на них также практически нет, и это вновь – часть стиля карикатуры, поэтому нельзя сказать, что это как-то ухудшает мнение читателя о персонажах (аттрактивность 1). Смысл насмешки над обеими группами ясен (аттрактивность 0).

«Мы»-группа: 1 + 1 + 0 = 2.

X.II. Издание: «Литературная газета» (17-23.II.2010), шестнадцатая полоса.

Карикатура: «Неуставные отношения» (М. Смагин).

На карикатуре четверо офицеров, судя по внешности и типу погон, российской армии, играют в домино погонами. Один из них азартно замахивается. Выражения лиц представителей «мы»-группы не очень располагающие, но не злобные (аттрактивность 1), одеты они хорошо (в форменную одежду и рубашку с галстуками – аттрактивность 2), насмешка над ними несомненна, но абстрактна (аттрактивность 1).

«Мы»-группа: 1 + 2 + 1 = 4.

X.III. Издание: газета «Московский комсомолец» (28.II.2013), первая полоса.

Карикатура: Без названия (А. Меринов).

Карикатура иллюстрирует статью «В следственный комитет явился двойник Навального? Ведомство уже опубликовало результаты допроса, а блогер еще не успел выйти из дома». На ней изображен закатывающий рукава человек в подтяжках, глядящий на тень на стене и заявляющий: «Ты мне сейчас все расскажешь…» Внешне и поведенчески данный представитель «мы»-группы крайне непривлекателен (аттрактивность 0), по поводу одежды вряд ли можно высказаться определенно (аттрактивность 1), насмешка очевидна и конкретна (аттрактивность 0).

«Мы»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

X.IV. Издание: «Литературная газета» (15-21.VII.2015), шестнадцатая полоса.

Карикатура: «Эх, дороги!» (автор не указан).

На карикатуре изображен мчащийся по шоссе грузовик, перевозящий коров. Он практически подъезжает к инспектору ДПС, уже замахивающемуся жезлом. Реплика коров: «Сейчас нас доить будут». Коровы являются субъектами каламбура, но они не настолько «очеловечены», чтобы рассматривать их как «мы»-группу. Инспектор же ДПС – представитель власти. Внешне и поведенчески он непривлекателен – небольшого роста, с огромным носом (аттрактивность 0), форма его стандартна (срединное значение аттрактивности – «1»), насмешка происходит не над ним, а над ситуацией, стало быть, вновь значение аттрактивности «1».

«Мы»-группа: 0 + 1 + 1 = 2.

X.V. Издание: газета «Завтра» (16.VI.2016), первая полоса.

Карикатура: «Это вам – за санкции!» (Г. Животов).

На карикатуре российский футбольный болельщик ударяет по лицу английского болельщика (история, по-видимому, имевшая место в действительности). На заднем плане – группы российских и английских болельщиков поддерживают

своих. Разница в репрезентации «мы»- и «они»-групп присутствует. Российский болельщик – молодой, накачанный, с аккуратной бородой (аттрактивность 2), британец же грузен и менее красив (аттрактивность 0). Оба одеты прилично, по-фанатски (аттрактивность 2 у обоих болельщиков). Согласно авторской интенции, конкретная насмешка происходит над англичанином, а не над россиянином (аттрактивность 0 у англичанина, аттрактивность 2 у россиянина).

«Мы»-группа: 2 + 2 + 2 = 6.

«Они»-группа: 0 + 2 + 0 = 2.

X.VI. Издание: «Московский комсомолец» (16.VI.2016), первая полоса.

Карикатура: Без названия (А. Меринов).

Карикатура относит к статье «Сказка про белого бычка, или будет ли доиндексация пенсий в 2016 году?».

На карикатуре изображен дед, ловящий золотую рыбку на фоне ветхого жилища. Рыбка показывается из воды и говорит деду: «Пенсия, старик?? Лучше сразу ешь меня…». Лицо старика типичное – с проплешиной и белой бородой, удивленное (срединное значение аттрактивности – «1»), одежда старая и в заплатах (аттрактивность «0»), насмешка над дедом ясна (аттрактивность «0»).

«Мы»-группа: 1 + 0 + 0 = 1.

Итак, на элементарном, предиконографическом уровне анализа изображений, в соответствии с первой гипотезой, мы в первую очередь определяем временную изменчивость представителей «мы»-групп и «они»-групп в российской карикатуре. Данная гипотеза была подтверждена: действительно, институционализация и укрепление советской общественной системы характеризовались, среди многого прочего, ростом представительства «мы»-групп в отечественной карикатуре и параллельным снижением числа западных лиц и институтов. Достаточно лишь проанализировать таблицу №2 и рисунок №1, отображающие динамику распространения карикатур – из рисунка очевидно следует, что доля «они»-групп в карикатурах 1920-х годов была стопроцентной, однако постепенно падала, и начиная с этапа «перестройки», сократилась до минимума. Число же карикатур, в

которых отображаются «мы»-группы, резко возросло, начиная с этапа 1985-1991 годов.

Таблица №2.

Распространенность карикатур, изображающих «мы»-группы и «они»-группы на исследуемом этапе

ГОДЫ	КАРИКАТУРЫ, ИЗОБРАЖАЮЩИЕ «МЫ»-ГРУППЫ	КАРИКАТУРЫ, ИЗОБРАЖАЮЩИЕ «ОНИ»-ГРУППЫ
1921-1928	2 (33%)	6 (100%)
1928-1941	1 (16%)	5 (83%)
1941-1945	1 (16%)	6 (100%)
1945-1953	1 (16%)	5 (83%)
1953-1964	2 (33%)	4 (66%)
1964-1985	1 (16%)	5 (83%)
1985-1991	4 (66%)	2 (33%)
1991-2000	5 (83%)	1 (16%)
2000-2008	6 (100%)	1 (16%)
2008-2016	6 (100%)	1 (16%)

Рисунок №1. Распространенность карикатур, изображающих «мы»-группы и «они»-группы



Следующая гипотеза-следствие – о том, что с течением времени, со сменой исторических этапов аттрактивность «мы»-группы, вследствие более критического отношения к ней, сокращается, а аттрактивность «они»-группы увеличивается – подтверждена частично. Действительно, отношение к «мы»-группам на советской и постсоветской – сравнительно более критичной, более плюралистичной – карикатуре меняется в сторону ухудшения, она становится менее аттрактивной. Что до «они»-групп, то их аттрактивность стабильно невысока, более того, о релевантности данных применительно к постсоветским карикатурам говорить вряд ли приходится, так как на случайно выбранных карикатурах число представителей «они»-групп минимально, их необходимо изучать целенаправленно. Также важно отметить следующее: несмотря на то, что один график расположен выше другого, они не образуют параллельные прямые, что говорит о том, что отображение «мы»-групп и «они»-групп далеко не всегда происходит с позиции этноцентризма, а в постсоветское время такое отображение и вовсе минимизировалось.

Таблица №3.

Аттрактивность «мы»-группы и «они»-группы

ГОДЫ	ЗНАЧЕНИЯ «МЫ»-АТТРАК-ТИВНОСТИ	СРЕДНЕЕ АРИФМЕТИ-ЧЕСКОЕ СУММЫ ЗНАЧЕНИЙ	ЗНАЧЕНИЯ «ОНИ»-АТТРАК-ТИВНОСТИ	СРЕДНЕЕ АРИФМЕТИЧЕСКОЕ СУММЫ ЗНАЧЕНИЙ
1921-1928	2; 4	3	3; 3; 3; 4; 2; 4	3,2
1928-1941	4	4	3; 1; 1; 2; 2	1,8
1941-1945	5	5	2; 0; 1; 2; 0; 1	1
1945-1953	3	3	3; 2; 0; 2; 1	1,6
1953-1964	6; 5	5,5	1; 4; 2; 2	2,25
1964-1985	5	5	1; 2; 2; 3; 0	1,6
1985-1991	1; 1; 4; 3	2,25	2; 1	1,5
1991-2000	4; 0; 1; 1; 1	1,4	2	2
2000-2008	4; 1; 2; 0; 2; 1	1,7	1	1
2008-2016	2; 4; 1; 2; 6; 1	2,7	2	2

Рисунок №2. Аттрактивность «мы»-группы и «они»-группы



Третья гипотеза о том, что представители «они»-группы обладают аттрактивными чертами и качествами в той же мере, что и представители «мы»-группы, является подтвержденной. Диапазон возможных значений аттрактивности для «мы»-группы и «они»-группы составляет от 0 до 6, однако средние значения получились 2,6 и 1,9 соответственно. Разница не столь велика, особенно учитывая ангажированность советской карикатуры против «они»-групп. Общие невысокие значения можно объяснить и тем, что жанр карикатуры предполагает отображение несообразностей, а не положительных черт.

Таблица №4.

Абсолютные и средние значения «мы»-аттрактивности и «они»-аттрактивности

ГОДЫ	ЗНАЧЕНИЯ «МЫ»-АТТРАКТИВНОСТИ	ЗНАЧЕНИЯ «ОНИ»-АТТРАКТИВНОСТИ
1921-1928	2; 4	3; 3; 3; 4; 2; 4
1928-1941	4	3; 1; 1; 2; 2
1941-1945	5	2; 0; 1; 2; 0; 1
1945-1953	3	3; 2; 0; 2; 1
1953-1964	6; 5	1; 4; 2; 2
1964-1985	5	1; 2; 2; 3; 0
1985-1991	1; 1; 4; 3	2; 1
1991-2000	4; 0; 1; 1; 1	2
2000-2008	4; 1; 2; 0; 2; 1	1
2008-2016	2; 4; 1; 2; 6; 1	2
Общая сумма	76	67
Среднее арифметическое	2,6	1,9

Более убедительное подтверждение третьей гипотезы возможно после определения среднего арифметического по каждому из параметров аттрактивности. Результаты демонстрируют, что на протяжении всего рассматриваемого периода

презентационная аттрактивность «они»-групп превосходила соответствующую привлекательность «мы»-групп. В поведенческом же плане «мы»-группы в целом изображались как более аттрактивные, чем «они»-группы, да и художническое отношение к первым было менее критичным. Согласно таблице №4, среднее значение поведенческой аттрактивности у «мы»-групп существенно выше, чем у «они»-групп – 0,8 против 0,3. То же касается и художнического отношения к объекту (таблица №7) – «они»-группы высмеивались чаще и более конкретно (средние значения 0,7 для «мы»-групп и 0,4 для «они»-групп). Презентационная же аттрактивность «они»-групп выше, чем у «мы»-групп – 1,3 против 1,1.

Таблица №5.

Абсолютные и средние значения поведенческой «мы»-аттрактивности и «они»-аттрактивности

ГОДЫ	ЗНАЧЕНИЯ «МЫ»-АТТРАКТИВНОСТИ	ЗНАЧЕНИЯ «ОНИ»-АТТРАКТИВНОСТИ
1921-1928	0; 2	0; 1; 0; 1; 0; 1
1928-1941	2	0; 0; 0; 0; 0
1941-1945	1	0; 0; 0; 0; 0; 0
1945-1953	1	1; 0; 0; 0; 0
1953-1964	2; 2	0; 1; 0; 0
1964-1985	2	0; 0; 1; 0; 1
1985-1991	0; 0; 1; 1	1; 1
1991-2000	1; 0; 0; 0; 0	1
2000-2008	1; 0; 0; 0; 0; 1	0
2008-2016	1; 1; 0; 0; 2; 1	0

Общая сумма	22	10
Среднее арифметическое	0,8	0,3

Таблица №6.

Абсолютные и средние значения презентационной аттрактивности «мы»-группы и «они»-группы

ГОДЫ	ЗНАЧЕНИЯ «МЫ»-АТТРАКТИВНОСТИ	ЗНАЧЕНИЯ «ОНИ»-АТТРАКТИВНОСТИ
1921-1928	0; 0	2; 1; 2; 2; 2; 2
1928-1941	2	2; 1; 1; 2; 2
1941-1945	2	2; 0; 1; 2; 0; 1
1945-1953	2	2; 1; 0; 2; 0
1953-1964	2; 1	1; 2; 1; 1
1964-1985	1	1; 2; 1; 2; 0
1985-1991	1; 1; 2; 2	1; 0
1991-2000	2; 0; 1; 1; 0	1
2000-2008	2; 1; 1; 0; 2; 0	1
2008-2016	1; 2; 1; 1; 2; 0	2
Общая сумма	33	46
Среднее арифметическое	1,1	1,3

Таблица №7.

Абсолютные и средние значения художнического отношения к «мы»-группе и «они»-группе

ГОДЫ	ЗНАЧЕНИЯ «МЫ»-АТТРАКТИВНОСТИ	ЗНАЧЕНИЯ «ОНИ»-АТТРАКТИВНОСТИ
1921-1928	2; 2	1; 1; 1; 1; 0; 1
1928-1941	0	1; 0; 0; 0; 0
1941-1945	2	0; 0; 0; 0; 0; 0
1945-1953	0	0; 1; 1; 0; 1
1953-1964	2; 2	0; 1; 1; 1
1964-1985	2	0; 0; 0; 1; 0
1985-1991	0; 0; 1; 0	0; 0
1991-2000	1; 0; 0; 0; 0	1
2000-2008	1; 0; 1; 0; 0; 0	0
2008-2016	0; 1; 0; 1; 2; 0	0
Общая сумма	20	14
Среднее арифметическое	0,7	0,4

Таким образом, на предиконографическом уровне основную гипотезу стоит считать подтвержденной: комбинированная привлекательность отечественных персонажей оказалась сравнительно невелика, а привлекательность образов западных институтов и лиц несколько превзошла гипотетический уровень.

Более высокий уровень анализа, иконографический, включал в себя идентификацию характера значимости «мы»-групп и «они»-групп в изучаемой карти-

не мира. Прежде всего, стоит отметить, что общее количество карикатур с участием «они»-групп выше, чем с участием «мы»-групп. Несмотря на то, что «они»-группы в целом менее симпатичны, различными эстетическими средствами карикатуристы предлагали читателю более рельефное, более насыщенное отображение «наших оппонентов», чем отображение отечественных политических лиц и институтов, конвенционально предлагавшихся в более трафаретном ключе. В этом высока роль презентационной аттрактивности: классический либо просто аккуратный стиль одежды персонажа в визуальном отношении оставляет хорошее впечатление, пусть даже и поведение персонажа неаттрактивно.

В своих произведениях советские карикатуристы отображали не только свою закрепощенность цензурными требованиями, но и сравнительно низкий уровень социальной организации общества, довлевший над их профессиональным сознанием. Эмансипация творческой интеллигенции не внесла существенных коррективов в эту установку. Мы можем наблюдать, что на современной российской карикатуре «мы»-группы далеко не так часто отображаются на контрасте с западными «они»-группами, однако «мы»-группы в значительной мере стали репрезентировать тех, кого и коммуникатор, и реципиент воспринимают как «они»-группы – как правило, это конкретные бизнесмены или чиновники, выбор которых обусловлен политикой издания. Описанные тенденции свидетельствуют о преимущественной отчужденности художников-коммуникаторов от процесса формирования коллективной идентичности россиян.

С иконологической точки зрения отечественная, особенно советская политическая карикатура, относится к целому множеству произведений популярной культуры, объединенных преимущественно латентным отображением представлений их авторов об усугублявшемся кризисе общественной системы. Многократно тиражировавшиеся смыслы гармоничного функционирования индивидов, групп и институтов, будь то в кино или печатном юморе, парадоксальным образом свидетельствовали о коллективном художническом ощущении грядущего кризиса. Выразительность, привлекательность, насыщенность в казалось бы критическом отображении западных «они»-групп служила нашим коммуникаторам

компенсацией этому ощущению. В нем сочеталась и зависть относительно западного уровня организации общественной жизни, и опасение утраты суверенитета перед лицом серьезного оппонента, и специфическое чувство духовного превосходства России перед меркантильной цивилизованностью «передовых народов».

Особенность постсоветского этапа развития политической карикатуры – в том, что противопоставленность «мы»-групп и «они»-групп не утрачивает своей необоснованно гипертрофированной значимости. Дифференцированность современной прессы (электронно-сетевой в том числе) означает некоторое разнообразие в подходах к указанной тематике. При этом общим является то, что эмансипация печатных масс-медиа сопровождалась перенесением карикатурной противопоставленности «мы»-групп и «они»-групп из внешнеполитической во внутриполитическую. Накал противоречивости характерен сегодня в большей степени для изображения различных облеченных властью акторов в их противопоставленности «народу», то есть «мы»-группе с точки зрения художника. Это – основа как явного, так и латентного отображения усугубляющихся проблем интеграции российского общества.

Вне всякого сомнения, оптимальным методическим выбором для последующего изучения при исследовании «мы»- и «они»-аттрактивности на примере карикатур стало бы проведение комплексного исследования с помощью иных методов на примере одной выборочной совокупности. Например, метода фокус-групп – для выявления восприятия различными группами населения степени объективности и актуальности отражения политической ситуации в карикатуре. Однако и под приведенные выводы подведено необходимое основание.

Заключение

Социологическое рассмотрение политической карикатуры – одного из направлений политического юмора – в первую очередь требует концептуализации места и роли юмора в социальных отношениях. Нам представляется, что юмор принадлежит к тому типу отношений, в рамках которых индивидуально или коллективно осмысляются социальные отношения. Эта рефлексия создается определенными социальными институтами в сфере культуры, масс-медиа в том числе. Часть подобного осмысления – рецепция и обсуждение карикатурных произведений, которые могут подвигнуть рядового индивида к осмыслению его места в различных формах совместной жизни, политики в том числе.

Профессиональная репрезентация смыслов общественных отношений в художественных произведениях, включая политическую карикатуру, является многослойной. Она отличается двойной имплицитностью: с одной стороны, в художественном вымысле находят свое отображение различные латентные феномены и процессы общества, а, с другой стороны, их смыслы также имеют неочевидный характер, скрыто отсылая реципиента к соответствующим референтам. Латентный характер отображения социальных феноменов зачастую обусловлен тем, что писатели и художники опираются на интуицию и чувства, а не на методику общественных наук. При этом деятели искусства могут замечать и выражать социальные тенденции, не доступные фиксации строгими научными методами.

По своей социальной природе юмор представляет собой фрейм – отдельную, нередуцируемую и неконструируемую форму определения ситуации в социальном взаимодействии. Специфика юмористического фрейма, по натуре скорее формального, состоит в резкой перемене двух содержательных фреймов; в случае политического юмора – фрейма институциональных политических отношений и фрейма обыденности. В контексте исследования политических карикатур юмористический фрейм неизбежно задействуется в усложненном взаимодействии с фреймами художнического восприятия действительности (в том числе политической) и рецепции произведений.

Рассмотрение юмора в функциональном ключе предполагает выделение такой его функции как стимулирование отчуждения относительно оппонентов и, соответственно, большей сплоченности группы. Эта функция отчетливо проявляется в политических отношениях: идентификация с собственным государством (т.н. «мы»-идентичность) и дифференциация по отношению к иному государству (т.н. «они»-идентичность) – важные признаки зрелости политических институтов периода индустриального модерна. «Мы»-группы и «они»-группы, образуемые по национально-государственному признаку, своеобразно инсценируют образы и смыслы действительности, имея подчас противоположные представления о своих и иных коллективных идентичностях, что находит отражение в различных юмористических жанрах и направлениях – сатира, частушка, анекдот. Карикатура не представляет исключения.

Содержательная особенность карикатуры в том, что ее смысловая составляющая является первичной по отношению к визуальной (хотя визуальная составляющая и делает карикатуры более запоминающейся). Этот смысловой компонент воспринимается как текст, который реципиенты дешифруют, активируя юмористический фрейм. Социолог же способен обнаружить и латентную составляющую карикатурного «текста», идентифицируя те детали, на которых автор, вероятно, не концентрировал свое внимание и социетальную значимость которых не подразумевал. Латентные компоненты текста выявляются при помощи системы индикаторов, образующих сложносоставные понятия – в данном случае используются понятия «мы»-аттрактивности и «они»-аттрактивности (визуальная и содержательная привлекательность «мы»-групп и «они»-групп в конкретном юмористическом произведении).

Карикатура синтезирует в себе весь комплекс выразительных средств статично-изобразительного юмора, а, значит, отображает социальное функционирование самых разных объектов, лиц, групп и институтов. Изобразительный юмор периода доминирования классических масс-медиа (XIX-XX вв.) можно охарактеризовать такими содержательными признаками: предпочтение внешней насмешки сущностной реальности; стереотипность

образов, как истинная, так и ложная; детерминированность тематик идеологическими конвенциями. В определенной степени эти признаки релевантны и в XXI веке. С представленной содержательной спецификой изобразительного юмора корреспондирует его культурно-эстетическая специфичность, а именно: гиперболизация смысла одной избранной особенности отображаемого политического объекта; наличие явно идентифицируемого реального референта, в функционировании которого имеют место, парадоксы, кентавризмы, фантомы; превалирование вербально-когнитивной сигнификации над визуально-когнитивной (принципиальное значение имеет собственно текст); адаптированность смыслов возможностям восприятия усредненного реципиента.

Хотя корни карикатуры следует искать в античности, юмористические изображения того исторического этапа вряд ли имеют нечто общее с формированием смыслов политических отношений. Истоки институционализации политической карикатуры обнаруживаются в Европе в эпоху Реформации и буржуазных революций. Однако карикатура исторических периодов, предшествовавших индустриальному модерну, не содержала политической составляющей в силу практически полного отсутствия в обществе рефлексии относительно политических отношений. Предпосылками возникновения данной рефлексии и, следовательно, институционализации политической карикатуры стали секуляризация, борьба буржуазии за политические права, вызревание представительной демократии. Особая рефлексивность, характерная для современной карикатуры вообще и политической карикатуры в частности, начала обретать свой контур еще до появления возможности широчайшего тиражирования графических произведений. Современный этап их развития в известном смысле обусловлен этой историей.

Российская политическая карикатура заслуживает отдельного изучения, так как во многом в силу традиции государственной цензуры в России сформировалось довольно сложное соотношение явного и латентного (иносказательного, эвфемистичного, эзопова) содержания критических изображений. Ранняя профессиональная карикатура (времен войны 1812 года) не

была направлена в адрес властей. Ура-патриотическая ориентация карикатуристов на минимально достоверное изображение внешнеполитических оппонентов сохранялась на протяжении всего XIX века.

На подобных основаниях российская карикатура институционализировалась в начале XX века. Формальные признаки процесса соответствовали европейским. Тем не менее, зачатки политической репрезентационности не получили своего развития. В период революции 1905-1907 гг. внутренняя политика и личности отдельных ее акторов стали-таки предметом политической карикатуры. Несмотря на некоторый плюрализм, сохранилось агрессивно-сардоническое отношение к объектам карикатуры. Возможно, таким образом художники ненамеренно отражали нефункциональность и дисфункциональность социальных институтов и дефицит их поддержки населением. Карикатурной демонизацией политиков художники отображали и такой признак российской культуры, носителями которого они неосознанно являлись: персонифицированность политической власти и «народный» отказ ей в легитимности.

Советский период отличался беспрецедентной идеологичностью юмористических изображений – куда большей, чем в царский период. Практически на всем протяжении советской истории основой культурной жизни общества являлось обыгрывание соотношения смыслов «мы»-группы и «они»-группы (представителей западных обществ). С одной стороны, коммуникаторы пытались соответствовать усилиям высшего руководства страны по укреплению и интеграции общества, для которого исторически не были характерны установки на формирование и поддержание плотной социальной связи между различными общностями. Поэтому советская карикатура изобиловала демонизированными и примитивизированными смыслами внешних и внутренних врагов государства.

Как показал сравнительно-исторический анализ, российская политическая карикатура XX в. прошла через несколько этапов, выделяемых по критерию качества рефлексии социальной действительности. Плюрализм начала XX в., характеризовавшийся разнообразием тем, событий, лиц, а также пестротой формальных приемов, сменился репрессивной советской карикатурой,

направленной на юмористическое отображение принудительных форм социальной организации. Некоторая идейно-эстетическая дифференциация имела место в 1960-1970-е гг., когда возникла философско-ориентированная карикатура молодого поколения художников и связанные с ней маргинальные, полупризнаваемые разновидности изобразительной субкультуры. В новой России директивная политическая карикатура практически исчезла, но на карикатурный характер отображения политической действительности существенное влияние стала оказывать коммерческая самоцензура конкретных изданий. С другой стороны, в постсоветское время и в современной России имеет место содержательная и формальная диффузия различных составляющих карикатурного жанра: низменное в нем теперь соседствует с возвышенным, сложность в формальном и содержательном раскрытии замысла сопрягается с прямолинейностью иных образов, утонченность в отображении особенностей тех или иных политических лиц соседствует с вульгарным выпячиванием их личностных недостатков.

В данном исследовании была предпринята попытка интеграции традиционного контент-анализа (количественного подхода к изучению содержания текста) с интерпретативным вариантом метода, рассчитанным на изучение материалов с большой долей латентного содержания – фотографических и аудиовизуальных сообщений масс-медиа, а также произведений популярного изобразительного искусства. Генеральную совокупность образовали карикатуры, опубликованные в отечественных изданиях. Выборочная совокупность состояла из 60 карикатур (контролировался их временной разброс). Единицей анализа выступил персонаж, явно отображающий ту или иную «мы»-группу или «они»-группу, идентифицируемую по национально-государственному признаку. Привлекательность, закодированная карикатуристами в каждой единице анализа, рассматривалась в трех измерениях: поведенческая аттрактивность – привлекательность биологической внешности и явного поведения; презентационная аттрактивность – привлекательность сконструированной внешности и художническое отношение к данному объекту. Сумма значений по

трем категориям для каждой единицы анализа и образовывало искомую аттрактивность персонажа в контексте его принадлежности к «мы»-группе или «они»-группе.

Сложное соотношение денотации и коннотации визуальных образов было нами изучено посредством выделения трех уровней сигнификации политико-карикатурного образа: предиконографического (установление конкретной референтности персонажей), иконографического (идентификация политической или, шире, общественной значимости персонажа – в ее художественном преломлении) и иконологического (поиск обусловленности упомянутой значимости персонажа широким контекстом его функционирования в обществе).

На элементарном, предиконографическом, уровне определялась явная принадлежность карикатурного персонажа либо к «мы»-группе, либо к «они»-группе (по национально-государственной принадлежности). Более высокий уровень анализа, иконографический, включал в себя идентификацию характера значимости «мы»-групп и «они»-групп в изучаемой картине мира. Различными эстетическими средствами карикатуристы предлагали читателю более рельефное, более насыщенное отображение «наших оппонентов», чем отображение отечественных политических лиц и институтов, конвенционально предлагавшихся в более трафаретном ключе. Тем самым карикатуристы отображали не только свою закрепощенность цензурными требованиями, но и сравнительно низкий уровень социальной организации советского общества, довлевший над их профессиональным сознанием. Эмансипация творческой интеллигенции не внесла существенных коррективов в эту установку. В более латентном плане ее укорененность свидетельствует о преимущественной отчужденности художников-коммуникаторов от процесса формирования коллективной идентичности россиян.

На иконологическом уровне проведенное исследование позволяет констатировать, что современная политическая карикатура России отображает противоречивый характер коллективной идентичности. Выразительность, привлекательность, насыщенность в казалось бы критическом отображении

западных «они»-групп служила нашим коммуникаторам компенсацией ощущению усугублявшегося кризиса общественной системы. В нем сочеталась и зависть относительно западного уровня организации общественной жизни, и опасение утраты суверенитета перед лицом серьезного оппонента, и специфическое чувство духовного превосходства России перед меркантильной цивилизованностью «передовых народов». Тем самым, можно утверждать, что осознание национально-государственного величия сопряжено с осознанием, как интуитивным, так и рациональным, невозможности достичь соответствующего ему качества социально-экономического благополучия. Кроме того, политическая карикатура рефлексивно отображает традиционное и довольно устойчивое в российской истории сочетание высокой степени развития духовной культуры и сравнительно отсталых гражданских отношений. Это противоречие проявляется среди прочего и в высокой степени конфликтности между персонажами отечественной карикатуры. Ее гипертрофированная драматичность, неизменная противопоставленность одних персонажей другим, опосредованным образом свидетельствует о нерешенности такой проблемы как интеграция российского общества.

Можно утверждать, что сформулированная автором концепция прошла проверку практикой, хотя она, безусловно, требует более весомого теоретического фундамента и новых эмпирических кейсов для подтверждения своей состоятельности – исследования иных направлений и жанров юмора.

Библиография

1. Адамьянц, Т.З. Концепции понимания в коммуникации: в поисках платформы для взаимопонимания / Т.З. Адамьянц // Общественные науки и современность – 2014. – № 4. – С. 121 – 131.

2. Адоньева, С.Б. Прагматика частушки / С. Б. Адоньева // Антропологический форум. – 2004. – № 1. – С. 156 – 179.

3. Айнутдинов, А.С. Карикатура как тип изображения комической интенции в современных российских печатных СМИ: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук /А. С. Айнутдинов ; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького.– Екатеринбург, 2010.– 20 с.

4. Акопян, Ю. В 90-е была... свобода, а была ли политическая карикатура? [Электронный ресурс] / Ю. Акопян // Форум любителей карикатуры (cartoon-blues.com)– 2011. – Режим доступа: http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?f=43&t=8785 (дата обращения: 18.01.2016).

5. Александер, Д. Сильная программа в культурсоциологии / Д. Александер, Ф. Смит // Социологическое обозрение – 2010 – Т. 9, № 2. – С. 11–30.

6. Алмонд, Г. Гражданская культура, политические установки и демократии пяти наций / Г. Алмонд // Антология мировой политической мысли в 5-ти томах. Т. 2: Зарубежная политическая мысль XX в. / Нац. общественно-научный фонд ; отв. ред. Т.А. Алексеева.– М., 1997. – С.593–600.

7. Алтунян, А. Г. Анализ политических текстов / А. Г. Алтунян. –М.: Университетская книга; Логос, 2006.– 384 с.

8. Арзамасцева, Е. Н. Визуальный образ российской власти в финляндской печати 1905–1908 гг. / Е. Н. Арзамасцева// Труды кафедры истории Нового и новейшего времени. – 2014. – № 13. – С. 196–205.

9. Аристофан // Энциклопедический словарь Брокгауз и Ефрон. Биографии. Т. 1. – М.: Советская энциклопедия, 1991. – С. 440–443.

10. Архипова, А.С., Мельниченко, М. А. Анекдоты о Сталине : тексты, комментарии, исследования / А. С. Архипова, М. А. Мельниченко. – М.: ОГИ, 2011. – 400 с.

11. Базен, А. Что такое кино? / А. Базен. – М.,1972. – 384 с.

12. Барабанов, О.Н. После Крыма: визуальный гротеск российских социальных медиа [Электронный ресурс] / О.Н. Барабанов // Россия в глобальной политике. – 2014. – №3. – Режим доступа: http://globalaffairs.ru/ukraine_crysis/Posle-Kryma-vizualnyi-grotesk-rossiiskikh-sotcialnykh-media-16683 (дата обращения: 18.06.2016).

13. Баратов, П. «Апрельские тезисы» русской сатиры / П. Баратов // Дилетант. – 2013. – № 4 (16). – С. 54–58.

14. Барт, Р. Смерть автора / Р. Барт // Избранные работы : Семиотика. Поэтика. – М., 1994. –С. 384–391.

15. Бауман, З. Текучая современность / З. Бауман. – СПб.: Питер, 2008. – 240 с.

16. Бахтин, М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культурасредневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин.– 2 изд. – М.: Художественная литература, 1990.– 543 с.

17. Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин.– М.: Искусство, 1979. – 423 с.

18. Бек, У. Общество риска: На пути к другому модерну / У. Бек. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. - 383 с.

19. Белов, Е., Шкуренко, О. 10 ссор неверных с исламом / Е. Белов, О. Шкуренко // Огонёк. – 2010. – № 19. – С. 25.

20. Бергсон, А. Смех / А. Бергсон.– М.: Искусство, 1992. – 127 с.

21. Бирюков, Д. Старший по цеху: художнику-карикатуристу Борису Ефимову исполняется 108 лет [Электронный ресурс] / Д. Бирюков // Российская газета – 2008. – Режим доступа: http://rg.ru/2008/09/25/efimov.html(дата обращения: 18.01.2016).

22. Бодрийар, Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального / Ж. Бодрийар. – Екатеринбург: Изд–во Уральского ун–та, 2000. –95 с.

23. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть/ Ж. Бодрийяр – М.: Добросвет, 2000 – 387 с.

24. Бурдье, П. Политическое представление: элементы теории политического поля / П. Бурдье // Социология политики. – М.: Socio-Logos, 1993. – С. 179–230.

25. Бутенко, И.А. Юмор как предмет социологии / И. А. Бутенко // Социологические исследования.– М.,1997.– №5. – С.135–141.

26. Вебер, М. Политика как призвание и профессия / М. Вебер // Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.

27. Величковский, Б. М. Когнитивная наука: Основы психологии познания. В 2 т. Т. 1. / Б. М. Величковский. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 448 с.

28. Виппер, Б. Р. Статьи об искусстве / Б. Р. Виппер. – М.: Искусство, 1970. – 588 с.

29. Воронина, О. А. Карикатура как вид креолизованного текста / О.А. Воронина. – In: Вестник ЦМО МГУ. – 2009. –№2. – С. 14–18.

30. Гегель, Г.В.Ф. Философия духа / Г.В.Ф. Гегель. Энциклопедия философских наук. – Т. 3. – Москва: Мысль, 1977 – 471 с.

31. Гидденс, Э. Модерн и самоидентичность / Реф. Е.В. Якимовой // Современная теоретическая социология: Энтони Гидденс. Реферативный сборник под ред. Ю.А. Кимелева. Серия «Социология».– М.: ИНИОН РАН, 1995. – С. 95–113.

32. Гидденс, Э. Социология / Э. Гидденс.– М.: Едиториал УРСС, 2005. – 632 с.

33. Глинка, К. Теория юмора. Стихи, пародии, эпиграммы / К. Глинка. – М., 2008. – 206 с.

34. Гоббс, Т. Левиафан / Т. Гоббс. – М.: Мысль, 2001. – 478 с.

35. Голиков А.Г. Рыбачёнок И.С. Политика в зеркале сатиры / А. Г. Голиков, И. С. Рыбачёнок // Родина. – 2015. – № 815 (8). – С. 110–116.

36. Голиков, А.Г. Рыбачёнок И.С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре / А. Г. Голиков, И. С. Рыбачёнок. – М.: Институт российской истории РАН, 2010. – 328 с.

37. Голотик, С.И. Советская Россия в 20-е гг.: НЭП, власть большевиков и общество [Электронный ресурс]/ С. И. Голотик, А. Б. Данилин, Е. Н. Карпенко и др. // Новый исторический вестник. – 2000. №2. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/sovetskaya-rossiya-v-20-e-gg-nep-vlast-bolshevikov-i-obschestvo (дата обращения: 15.02.2016).

38. Голубев, А.В. «Ансамбль международной свистопляски»: Европа в советской политической карикатуре 20-30-х годов / А. В. Голубев // Проблемы российской истории. – Магнитогорск, 2003. –Вып. 2. – С. 472–497.

39. Голубев, А.В. Образ Европы в советской карикатуре 20-30-х годов / А. В. Голубев // Труды Института российской истории / Российская академия наук, Институт российской истории; отв. ред. А.Н.Сахаров. – М., 2005. – Вып. 5. – С. 273–299.

40. Голубева, Н.М. Современные научные подходы к пониманию феномена рефлексии [Электронный ресурс] / Н.М. Голубева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – №5. – Режим доступа: http://www.science-education.ru/119-14667(дата обращения: 31.01.2015).

41. Горшков, М.К. Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики). В 2 т. Т. 1. М.: Новый хронограф, 2016. – 416 с.

42. Гофман, И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / И. Гофман. – М.: Институт социологии РАН, 2003. – 234 с.

43. Даниэль, С.М. Искусство видеть / С. М. Даниэль. – Л.: Искусство, 1990. – 224 с.

44. Дмитриев, А. В. Социология политического юмора: очерки / А. В. Дмитриев. – М.: РОССПЭН, 1998. – 332 с.

45. Дмитриев, А. В. Социология юмора: очерки / А. В. Дмитриев. – М.: Российская академия наук. Отделение философии, социологии, психологии и права, 1996. – 214 с.

46. Дмитриев А.В., Сычев А.А. Смех: социофилософский анализ / А. В. Дмитриев, А. А. Сычев.– М.: Альфа-М, 2005. – 592 с.

47. Дубин, Б. В. Всеобщая адаптация как тактика слабых. [Электронный ресурс] / Б. В. Дубин // Неприкосновенный запас. – 2006. – № 6. – Режим доступа: http://magazines.russ.ru/nz/2006/50/du4-pr.html(дата обращения 11.03.2016).

48. Дувакин, В. Грозное оружие: [Электронный ресурс] / В. Дувакин // Смена. – 1936. – № 280. – Режим доступа: smena-online.ru/stories/groznoe-oruzhie+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ru (дата обращения: 11.04.2016).

49. Дюркгейм, Э. Элементарные формы религиозной жизни. Тотемическая система в Австралии. / Э. Дюркгейм // Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения. Антология / сост. А. Н. Красникова. – М.: Канон+, 1998. – С 174 – 230.

50. Евстигнеева, Л. А. Журнал "Сатирикон" и поэты-сатириконцы / Л. А. Евстигнеева. – М.: Наука, 1968. – 454с.

51. Ефимов, Бор. Школьникам о карикатуре и карикатуристах : кн. для учащихся / Бор. Ефимов. – М.: «Просвещение», 1976. – 192 с.

52. Ёлкин, С. Надеюсь, снова придет мода на ручную работу [Электронный ресурс] / С. Ёлкин // Полит.ру – 2013. – Режим доступа: http://www.polit.ru/article/2013/05/31/elkin/ (дата обращения: 18.01.2016).

53. Живкович, Л. Теория социального отражения / Л. Живкович. – М.: Прогресс, 1969. – 451 с.

54. Жукоцкий, В.Д. Жукоцкая, З.Р. Реформация как универсалия культуры / В. Д. Жукоцкий, З. Р. Жукоцкая // Русская Реформация XX века:статьи по культурософии советизма. – М.: Новый хронограф, 2008. – С. 4–52.

55. Зарубина, Н.Н. Человеческие ресурсы российской модернизации: к новой парадигме исследования / Н.Н. Зарубина // Вестник МГИМО-Университета. – 2010. – № 6. – С. 7–14.

56. За час до атаки журнал «CharlieHebdo» разместил карикатуру на лидера ИГ [Электронный ресурс]. – РИА Новости. – 2015. Режим доступа: http://ria.ru/world/20150107/1041701896.html#ixzz3nRgX8nEq (дата обращения: 02.10.2015).

57. Зачем юродивые взрывали общественный покой? – интервью с доктором исторических наук Сергеем Ивановым [Электронный ресурс] // ФОМА — 2012. — № 6. Режим доступа: http://foma.ru/zachem-yurodivyie-vzryivali-obshhestvennyij-pokoj.html (дата обращения: 05.10.2015).

58. Земцова, Я. М. Визуальный образ в историческом контексте [Электронный ресурс] / Я. М. Земцова // Вестник ВолГУ. Сер. 7: Философия. Социология и социальные технологии. – 2012. – №2. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/vizualnyy-obraz-v-istoricheskom-kontekste (дата обращения: 03.05.2016).

59. Златковский, М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы / М. Златковский// Феноменология смеха. Карикатура, пародия, гротеск в современной культуре: сб. ст./ М-во культуры РФ, Рос.ин-т культурологи. – М. – 2002. – С.28–83.

60. Иваночкина, А. Художник Михаил Златковский – о хлебе политического карикатуриста / А.Иваночкина // Радио Свобода– 2012. – Режим доступа: http://www.svoboda.org/content/article/24641610.html(дата обращения: 18.01.2016).

61. Иванюшкин, А.А. Политический юмор как фактор взаимодействия общества и власти: дис. на соиск. кан. полит. наук / А. А. Иванюшкин. – Москва, 2006. – 154 с.

62. Игнатченко, И.Р. К вопросу о структуре юмористического акта / И. Р. Игнатченко // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2014. – № 3. – С. 218 – 221.

63. Ильина, Т.В. История искусств. Отечественное искусство: Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Высш. шк., 2000. – 407 с.

64. Ильф, И., Петров, Е. Двенадцать стульев. Золотой теленок : повести, рассказы, фельетоны / И. Ильф, Е. Петров. – М.: Олма- Пресс : Звездный мир, 2003. – 958 с.

65. Имдаль, М. Иконика или структурный анализ [Электронный ресурс]// Память как объект и инструмент искусствознания. Сборник статей / Сост. Е.А. Бобринская, А.С. Корндорф. – М.: Государственный институт искусство-знания. М., 2016. – 384 с. – Режим доступа: http://sias.ru/upload/iblock/928/2016_pamiat_kak_object_i_instrument.pdf (дата обращения: 15.09.2016).

66. Иоффе, М. Десять очерков о художниках-сатириках / М. Иоффе. – М.: Сов. Художник, 1971. – 296 с.

67. Исагулов, Н.И. История плагиата, или О коровах и искусстве / Н. И. Исагулов. – CreateSpace, 2013. – 190 с.

68. Исаков, С. 1905 год в сатире и карикатуре / С. Исаков. – Л.: Прибой, 1928. – 278 с.

69. История политических и правовых учений : учеб. пособ. для студентов вузов, обучающихся по специальности и направлению "Юриспруденция" / В. Г. Графский [и др.]; общ. ред. В. С. Нерсесянц. – М.: Норма, 2006. – 933 с.

70. Казаневский, В.А. Искусство современной карикатуры / В. А. Казаневский. – Киев: Альтерпрес, 2004. – 152 с.

71. Каменский, А.А. Кукрыниксы «Политическая сатира 1941-45 гг.» / А. А. Каменский. – Москва: Советский художник, 1973. – 31 с.

72. Кант, И. Собрание сочинений: В 6 т. Т. 5 / И. Кант; под общ.ред. В. Ф. Асмуса. – М.: Мысль, 1966. – 563 с.

73. Карасев, Л.В. Философия смеха / Л. В. Карасев. – М.: Российский государственный гуманитарный университет, 1996. – 222 с.

74. Козинцев, А.Г. Человек и смех / А. Г. Козинцев. – СПб.: Алетейя, 2007. – 236 с.

75. Костина, А. В. Популярная культура / А. В. Костина // ЗПУ. – 2005. – №3. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/populyarnaya-kultura (дата обращения: 29.02.2016).

76. Кравченко, С. А. Социологический толковый русско-английский словарь / С. А. Кравченко. – Москва: МГИМО (У), 2013. - 914 с.

77. Кравченко, С.А. Социология. Классические теории через призму социологического воображения: учебник / С.А. Кравченко. – М.: Изд–во Юрайт, 2014. – 631 с.

78. Кравченко, С. А. Социология. Новые и новейшие социологические теории через призму социологического воображения: учебник / С. А. Кравченко.– М.: Изд–во Юрайт, 2014. – 641 с.

79. Кузьминский, К.С. Отечественная война в живописи. Карикатура / К. С. Кузьминский // Отечественная война и русское общество1812-1912. Юбилейное издание. В 7 т. Т. 5. – М.: Типография Сытина И. Д., 1911–1912. – С. 192–225.

80. Куликова, С.А. Конституционный запрет цензуры в России :[Электронный ресурс] / С. А. Куликова. – Режим доступа: https://books.google.ru/books?isbn=5392202381(дата обращения: 17.02.2016).

81. Лебедева, В. 7 интересных фактов о журнале «Крокодил» / В. Лебедева // Вечерняя Москва. – 2013. – № 153. – С. 8.

82. Лебедева, В.Г. Антитеза «старое — новое» в массовой культуре 1920-х годов (культура периода НЭП) / Лебедева В. Г. // Судьбы массовой культуры России. Вторая половина XIX – первая треть XX века. – СПб., 2007. – С. 210–226.

83. Ливергант, А.Я. О пользе смеха / А. Я. Ливергант// Юмор и сатира Ирландии. (Как важно быть остроумным.). – М.: Радуга, 1986. – С. 9–26.

84. Ликвидация безграмотности : [Электронный ресурс] // Российский образовательный портал. – Режим доступа: http://museum.edu.ru/catalog.asp?cat_ob_no=13047&ob_no=13401(дата обращения 24.02.2016).

85. Лихачев, Д.С. Смех в Древней Руси / Д. С. Лихачев, А. М. Панченко и др.– Л.: Наука, 1984. – 295 с.

86. Лихачев, Д.С. Смех в Древней Руси / Д. С. Лихачев// Избранные работы в трех томах. Т. 2. – Л.: Худ.лит. Ленингр. отд-ние, 1987. – С. 343–417.

87. Лосев, А.Ф. Античная литература / А. Ф. Лосев, Г. А. Сонкина и др. – М.: Просвещение, 1986. – 464 с.

88. Лотман, Ю.М. Художественная природа русских народных картинок / Ю. М. Лотман // Статьи по семиотике культуры и искусства. – СПб.: Академический проект, 2002. – С. 322–339.

89. Лук, А.Н. О чувстве и юмора и остроумии / А. Н. Лук. – М.: Искусство, 1968. – 192 с.

90. Луначарский, А.В. Статьи о литературе. В 2-х т. Т.2./ А. В. Луначарский. – М.: Художественная литература, 1988. –495 с.

91. Мак-Люэн, М. Галактика Гутенберга: сотворение человека печатной культуры / М. Мак-Люэн. – Киев: Ника-Центр, 2003. – 432 с.

92. Мак-Люэн, Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / М. Мак-Люэн. – М.: КАНОН-пресс-Ц; Жуковский: Кучково поле, 2003. – 464 с.

93. Манкевич, И.А. Анекдот как феномен социальных коммуникаций / И. А. Манкевич // Вестник Омского Университета. – 2005. – №2. – С. 94–97.

94. Маннхейм, К. Диагноз нашего времени / К. Маннхейм. – М.: Юрист, 1994. – 704 с.

95. Маркс, К. К критике политической экономии / К. Маркс // Сочинения. 2-е изд. Т. 13. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М.: Изд-во политической литературы, 1959. – 805 с.

96. Маркс, К., Энгельс, Ф. Немецкая идеология /К. Маркс, Ф. Энгельс// Собрание сочинений. 2-е изд.Т. 3. – М.: Политиздат, 1955. – 689 с.

97. Медина, Дж. Правила мозга. Что стоит знать о мозге вам и вашим детям / Дж. Медина. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 304 с.

98. Мельников, С.С. Исторические предпосылки институционализации политического юмора / С.С. Мельников // Вестник МГИМО-Университета – 2014. – № 6. – С. 219–227.

99. Мельников, С.С. Социология юмора: к критике трех фундаментальных теорий смешного / С.С. Мельников // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 1. – С. 213–216.

100. Мельниченко, М. Советский анекдот (Указатель сюжетов) / М. Мельниченко. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 104 с.

101. Меринов, А. Сохранение карикатуры как жанра от художников не зависит [Электронный ресурс] / А. Меринов // Полит.ру – 2013. – Режим доступа: http://www.polit.ru/article/2013/05/28/merinov/ (дата обращения: 18.01.2016).

102. Мертон, Р. К. Явные и латентные функции / Р. К. Мертон // Американская социологическая мысль. – М.: МУбиУ, 1996. – С. 379–448.

103. Минский, М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного / М. Минский // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXXIII. – М.: Прогресс, 1988. – С. 281–309.

104. Михайлин, В. Дионисова борода: природа и эволюция древнегреческого пиршественного пространства / В. Михайлин // Тропа звериных слов: пространственно ориентированные культурные коды в индоевропейской традиции. – М.: Радуга, 1986. – С. 271–296.

105. Москин, Д.Н. Краткая энциклопедия карикатуры / Д. Н. Москин. – Петрозаводск: Издательский Дом «ПетроПресс», 2000. –208 с.

106. Мясоедов, Г. Русский лубок конца XIX– начала XX века / Г. Мясоедов // Иллюстрация. – М., 1988. – С.236–250.

107. Национальная гордость // Пресс-выпуск Левада-Центра :[Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: http://www.levada.ru/07-04-2014/osobyi-rossiiskii-put(дата обращения: 23.05.2016).

108. Новоселова, М. Константин Ротов. История одного крокодильца [Электронный ресурс] / М. Новоселова // Уроки истории. XXвек. – 2015. – Режим доступа: http://urokiistorii.ru/node/52377/(дата обращения: 09.03.2016).

109. Овсепян, Р. П. В лабиринтах истории отечественной журналистики. Век ХХ / Р. П. Овсепян. – М.: Изд-во РИП-холдинг, 2001. – 316 с.

110. Окна РОСТА : [Электронный ресурс] // Большая советская энциклопедия. – М. :Советская энциклопедия. 1969–1978. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/115897/%D0%9E%D0%BA%D0%BD%D0%B0(дата обращения: 27.10.2015).

111. Окна ТАСС: [Электронный ресурс]// Большой энциклопедический словарь. – 2000. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/219030 (дата обращения 15.02.2016).

112. Основы предпринимательской деятельности в сфере арт-рынка: хрестоматия / сост. Л.В. Прокопович. – Одесса: Наука и техника, 2012. – 144 с.

113. Павлов, Г.Н. Оружия любимейшего род / Г. Н. Павлов. –М.: Сварог и К, 2002. – 96 с.

114. Панарин, А.С. Философия политики :учеб.пособие для политолог. факультетов и гуманитарных вузов / А. С. Панарин. – М.: Новая школа, 1996. – 424 с.

115. Парсонс, Т. Система современных обществ / Т. Парсонс. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 270 с.

116. Полонский, В.В. Сатира [Электронный ресурс] / В. В. Полонский // Универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия «Кругосвет». – Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/literatura/SATIRA.html?page=0,0&7= (дата обращения 26.09.2015).

117. Разуваев, В. В. Политический смех в современной России / В. В. Разуваев. – М.: ГУ-ВШЭ, 2003. – 262 с.

118. Рейфман, П. С. Цензура в дореволюционной, советской и постсоветской России. Ч. 2. Советская и постсоветская цензура :[Электронный ресурс] / П. С. Рейфман. – Т. 1: Цензура в дореволюционной России. – Режим доступа: http://reifman.ru/sovet-postsovet-tsenzura/ (дата обращения 26.10.2015).

119. Рефлексия // Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка / сост.: А. Н. Чудинов. – 1910. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/31109/%D0%A0%D0%95%D0%A4%D0%9B%D0%95%D0%9A%D0%A1%D0%98%D0%AF(дата обращения: 17.10.2015).

120. Римская сатира: пер. с латин. / сост. и науч. подготовка текста М. Гаспарова; предисл. В. Дурова; коммент. А. Гаврилова, М. Гаспарова, И. Ковалевой и др.; худож. Н. Егоров. – М.: Художественная литература, 1989. – 543 с.

121. Ровинский, Д.А. Русские народные картинки. В 2 т. Т. 1/ Д. А. Ровинский. – СПб.: Издание Р. Голике, 1900. – 288 с.

122. Род, М. Психология юмора / М. Род. – СПб.: Питер, 2009. – 480 с.

123. Розин, В.М. Визуальная культура и восприятие: как человек видит и понимает мир / В. М. Розин. – М.: ЛЕНАНД, 2016. – 272 с.

124. Риккерт, Г. Науки о природе и науки о культуре / Г. Риккерт. – М.: Республика, 1998. – 413 с.

125. Российская идентичность в социологическом измерении: аналитический доклад [Электронный ресурс] / Институт социологии РАН. Раздел публикации. Издания института социологии. – 2007. – URL: http://www.isras.ru/analytical_report_Ident.html (дата обращения: 20.05.2016).

126. Русские идут!: [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://gistory.livejournal.com/80006.html(дата обращения: 15.04.2016).

127. Рюмина, М.Т. Эстетика смеха: смех как виртуальная реальность / М. Т. Рюмина. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 320 с.

128. Савельева, О.О. Живая история российской рекламы / О. О. Савельева. – М.: Гелла-принт, 2004. – 272 с.

129. Сатира // Литература и язык. Современная иллюстрированная энциклопедия / под ред. Горкина А.П. – М.: Росмэн. 2006.

130. Сатира // Литературная энциклопедия. Т. 10. – М.: Художественная литература, 1937.

131. Семенова, А.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / А. В. Семенова, М. В. Корсунская; под ред. В.А. Мансурова. – М.: Институт социологии РАН, 2010. – 324 с.

132. Смагулов, К.Е. Контент-анализ посланий Президента Республики Казахстан / К. Е. Смагулов // Социологические исследования. – 2012 . – № 6. – С. 54–61.

133. Сорокин, П.А. Социология революции / П. А. Сорокин. – М.: РОССПЭН, 2005. – 704 с.

134. Сорокин, П.А. Явление взаимодействия как коллективное единство / П. А. Сорокин // Теоретическая социология. Антология: В 2 ч./ сост. и общ. ред. С.П. Баньковской. – М.: Книжный дом «Университет», 2002. – Ч. 2. – С. 156–193.

135. Социология и кинематограф / под общ.ред. М. И.Жабского. – М.: «Канон+», РООИ «Реабилитация», 2012. – 600 с.

136. Тард, Г. Мнение и толпа / Г. Тард // Психология толп. – М.: Институт психологии РАН, Издательство «КСП +», 1998. – С. 257 – 408.

137. Таршис, Е.Я. Контент-анализ: принципы методологии (Построение теоретической базы. Онтология, аналитика и феноменология текста. Программы исследования) / Е. Я. Таршис. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. – 176 с.

138. Ташпеков, Г.А. Жизнь крестьянства 30-х гг. в свете деревенских частушек / Г. А. Ташпеков // Социологические исследования. – 2002. – № 9. – С. 110–114.

139. Темницкий, А.Л. Учебное исследование по эмпирической социологии: учеб.пособие / А. Л. Темницкий. – М.: МГИМО МИД России, 2003. – 250 с.

140. Томашевский, Б.В. У истоков фельетона / Б. В. Томашевский // Фельетон / под.ред. Ю.Тынянова, Б.Казанского. – Л., 1927. –С. 59 – 72.

141. Тощенко Ж.Т. Кентавр проблема (Опыт философского и социологического анализа): Монография. – М.: Новый хронограф, 2011. – 552 с.

142. Тощенко Ж.Т. Парадоксальный человек. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 543 с.

143. Тощенко Ж.Т. Фантомы российского общества. – М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015. – 668 с.

144. Ульянченко, А.Л. Бытование частушек в студенческой субкультуре [Электронный ресурс] / А. Л. Ульянченко // ScienceTime. – 2014. – №6 (6). – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/bytovanie-chastushek-v-studencheskoy-subkulture (дата обращения: 10.05.2016).

145. Федосов, Е.А. Сибирский период в биографии советского художника-карикатуриста М. М. Черемных / Е. А. Федосов // Вестник Томскогогосударственного университета. История. – 2013. – №6 (26). – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/sibirskiy-period-v-biografii-sovetskogo-hudozhnika-karikaturista-m-m-cheremnyh(дата обращения: 15.02.2016).

146. Фельдштейн, А. Первая карикатура [Электронный ресурс] / А. Фельдштейн. – Режим доступа: http://www.cartoonia.ru/ru/biblioteka-library/teoriya-theory?quicktabs_2=1(дата обращения: 02.03.2016)

147. Философский энциклопедический словарь / ред.-сост.: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 840 с.

148. Фокина, М.А. Демотиваторы в России и США: новые жанры интернет-коммуникации в глобализирующемся мире / М. А. Фокина // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. – 2012. – № 20. – С. 74–85.

149. Французская Республика: Конституция и законодательные акты. [Электронный ресурс]. – М.:Прогресс, 1989. – Режим доступа: http://ru.m.wikisource.org/wiki/Декларация_прав_человека_и_гражданина (дата обращения: 10.05.2015).

150. Фрейд, З. Остроумие и его отношение к бессознательному / З. Фрейд; пер. с нем. Р. Додельцева. – СПб.: Азбука-классика, 2007. – 288 с.

151. Цыкалов, Д.Е. Карикатура как орудие пропаганды в период Первой мировой войны / Д. Е. Цыкалов // Вестник ВолГУ Серия 4. История. Регионоведение. Международные отношения. – 2012. – №1. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/karikatura-kak-orudie-propagandy-v-period-pervoy-mirovoy-voyny (дата обращения: 12.05.2016).

152. Чаплыгина, Ю.С. Юмористические креолизованные тексты: структура, семантика, прагматика: (на материале англ. яз.): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Чаплыгина Ю.С. ; [Самар. гос. пед. ун-т]. – Самара, 2002. – 24 с.

153. Чепель, А. Театр и религия: как греки смеялись над богами [Электронный ресурс] / А. Чепель // ПОЛИТ.РУ – 2015. – Режим доступа: http://polit.ru/article/2015/05/03/ps_comedy/ (дата обращения: 09.03.2016).

154. Чепуров, И. В. Изобразительные средства отечественной карикатуры XVII-XX веков / И.В. Чепуров // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2014. – № 5. – С. 142–148.

155. Шанин, Т. Революция как момент истины. Россия 1905–1907 гг. 1917–1922 гг. – М.: Весь мир, 1997. – 560 с.

156. Шапченко, Ю.П. Тема смерти в русском провинциальном искусстве конца XVIII – первой половины XIX вв. / Ю. П. Шапченко // Художественная культура. – 2012. – №5. – Режим доступа: http://sias.ru/publications/magazines/kultura/vypusk-5-2012/istoriya-i-sovremennost/772.html(дата обращения: 17.10.2015).

157. Швыров, А.В., Трубачев, С.С. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней / А. В. Швыров, С. С. Трубачев. – СПб.: Тип. П.Ф. Пантелеева, 1903. – 404 с.

158. Шестаков, В.П. Карикатура: визуальный язык пародии и гротеска / В. П. Шестаков // Феноменология смеха: карикатура, пародия, гротеск в соврем. культуре. – М.: Рос. ин-т культурологии, 2002. – С. 6–20.

159. Шешунова, С. Язык пропаганды 1918–1922 гг. в контексте русской культуры: [Электронный ресурс] / С. Шешунова. – Режим доступа: http://www.postsymbolism.ru›joomla/index.php (дата обращения: 13.04.2016).

160. Шмелева, Е.Я., Шмелев, А.Д. Русский анекдот: текст и речевой жанр / Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 144 с.

161. Шютц, А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / А. Шютц. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. – 336 с.

162. Шюц, А. О множественных реальностях /А. Шюц. // Избранное: Мир, светящийся смыслом / А. Шюц. – М.: РОССПЭН, 2004. – С. 401–455.

163. Шюц, А. Равенство и смысловая структура социального мира / А. Шюц // Избранное: Мир, светящийся смыслом / А. Шюц. – М.: РОССПЭН, 2004. – С. 616–667.

164. Шюц, А. Формирование понятий и теории в общественных науках / А. Шюц // Американская социологическая мысль. – М.: МГУ, 1994. – С. 481–496.

165. Шюц, А. Хорошо информированный гражданин / А. Шюц // Избранное: Мир, светящийся смыслом / А. Шюц. – М.: РОССПЭН, 2004. – С. 557–573.

166. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. – 432 с.

167. Юнг, К.Г. Душа и миф. Шесть архетипов / К. Г. Юнг ; под общ.редак. А. А. Юдина.– Киев: Государственная библиотека Украины для детей и юношества, 1996. – 384 с.

168. Юрков, С.Е. От лубка к «Бубновому валету»: гротеск и антиповедение в культуре «примитива» / С. Е. Юрков // Под знаком гротеска: антиповедение в русской культуре (XI – начало XX вв.). – СПб., Летний сад, 2003. – С. 177–187.

169. Янсон, Х.В., Янсон, Э.Ф. Основы истории искусств / Х. В. Янсон, Э. Ф. Янсон. – СПб.: АОЗТ "Икар", 1996. –512 с.

170. Alexander, J.C. The meanings of Social Life. A Cultural Sociology / J.C. Alexander. – Oxford University Press, 2003. – 312 p.

171. Benton, G. The Origins of the Political Joke // Humour in Society: Resistance and Control. Eds. Chris Powell and George Paton. — London: MacMillan, 1988. — P. 33-55.

172. Berger, P.L. Redeeming Laughter / P.L.Berger. – Berlin/New York: Walter de Gruyter, 1997. – 234 p.

173. Billig, M. Humour and Hatred: The racist jokes of the Ku Klux Klan / M. Billig // Discourse and Society. – 2001. – №12. – P. 267–289.

174. Billig, M. Laughter and ridicule: towards a social critique of humour / M. Billig. – SAGE Publications Ltd., UK, 2005. – 272 p.

175. Brennan, S.E. The caricature generator / S.E.Brennan // Leonardo. – 1985. – №18. – P. 170–178.

176. Dagnes, A. A conservative walks into a bar: the politics of political humor / A. A. Dagnes. – Palgrave Macmillian, USA, 2012. – 256 p.

177. Davis, M. What’s So Funny? The Comic Conception of Culture and Society / M. Davis.– University of Chicago Press, 1993. – 386 p.

178. Dines-Levy, G. Towards a Sociological Investigation with Special Reference to „Playboy“ Sex Cartoons / G. Dines-Levy. – Dissertation Abstracts International, 1992. – 510 p.

179. Greenberg, B. S. Antisocial and prosocial behavior on television / B. S.Greenberg // Life on television: content analyses of U.S. TV Drama. – Norwood, New Jersey, 1980. – P. 99–128.

180. Greth, K. Le dessin de caricature en Russie comme miroir des representations :[Электронный ресурс] / K. Greth. – Université De Marne La Vallée, 2002–2003. – Режим доступа (в перев. В. Богорада и С. Айнутдинова): http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?t=4049 (дата обращения: 02.02.16).

181. Hind Arthur, M. History of Woodcut, Houghton Mifflin Co. 1935 (in USA), reprinted Dover Publications / M. Hind Arthur. – 1963 – 838 p.

182. Horton, A. Comedy/cinema/theory / A. Horton. – Los Angeles and Berkeley, 1991. – 256 p.

183. Koller, M.R. Humor and Society: Explorations in the Sociology of Humor / M.R. Koller. – Cap and Gown Press Inc., Houston, 1988. – 338 p.

184. Krippendorf, K. Content analysis: an introduction to its methodology / K. Krippendorf. – SAGE Publications, USA, 2004. – 411 p.

185. Kuipers, G. Sociology of humour / G. Kuipers // The primer of humour research (V. Raskin Ed.). – Berlin / New York, 2008. – P. 366–423.

186. Morreall, J. Comic Relief: a Comprehensive Philosophy of Humor / J.Morreall. –Singapore, Wiley-Blackwell, 2009. – 209 p.

187. Mulkay, M. On Humor: Its Nature and Its Place in Modern Society / M.Mulkay. – Cambridge, UK: Oxford, UK; New York, NY, USA: Polity Press; B. Blackwell, 1988. – 232 p.

188. Oring, E. Engaging Humor / E.Oring. – Urbana: University of Illinois Press, 2003. – 210 p.

189. Parton, J. Caricature and other comic art in all times and many lands / J. Parton.– New York, 1877. – 340 p.

190. Rhodes, G. Superportraits: Caricatures and Recognition / G. Rhodes. – Psychology Press, UK, 1996. – 155 p.

191. Scott, J.C. Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance / J.C.Scott. – Yale University Press, 1985. – 389 p.

192. Seymour-Ure, C. How special are Cartoonists? / C. Seymour-Ure.– Anon., Getting Them in Line, 1975. – University of Kent at Canterbury: Center for the Study of Cartoons and Caricature. – P. 6–21

193. The Evolution of Political Cartoons Through a Changing Media Landscape :[Электронный ресурс] // VCU Honors: History of Cartoon Drawing. – 2004. – Режим доступа:

http://www.lib.tsu.ru/win/produkzija/metodichka/pril_Zh.pdf (дата обращения: 20.02.2016).

194. Tsakona, V. Popa, D.E. Humour in the politics and the politics of Humour: An introduction / V. Tsakona, D.E. Popa// Studies in political humour: In between political critique and public entertainment. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2011. – P. 1–32.

195. Tudor, A. Theories of Film and Image and Influence: Studies in the Sociology of Film / A.Tudor. – Allen &Unwin, 1974. – 259 p.

196. Urry, J. The complexities of global / J. Urry // Theory, Culture & Society. – 2005. – № 22 (5). –P. 235–254.

197. Zijderveld, A. Reality in a Looking-Glass: Rationality Through an Analysis of Traditional Folly / A.Zijderveld.– London and Boston: Routledge&Kegan Paul, 1982. – 199 p.

Приложения

Приложение 1. Некоторые карикатуры, использованные в ходе контент-анализа

Рисунок 1.1.



Издание: Журнал «Крокодил» (21.I.1923), первая полоса.

Карикатура: «Когда наступит настоящее разоружение» (Д. Моор).

На карикатуре изображены двое рабочих («мы»-группа), побивающих молотом и клешнями небольшого роста человека в шляпе, очевидно, «империалиста» (представитель «они»-группы). Все участники сцены имеют злобное выражение лица (аттрактивность как «мы»-, так и «они»-группы – 0), однако человек в шляпе одет по моде, а рабочие одеты в простую грубую одежду (аттрактивность «мы»-группы – 0, «они»-группы – 2). Несмотря на то, что идеологически одобряемо второе, привлекательным для глаза является первое – одежда «империалиста». Еще один парадокс – при том что насмешка над рабочими отсутствует (аттрактивность – 2), насмешка над империалистом не является конкретной, над ним просто-напросто совершается акт насилия (аттрактивность – 1). В совокупности его образ аттрактивнее образа рабочих, пусть он и не замышлялся таковым.

«Мы»-группа: 0 + 0 + 2 = 2.

«Они»-группа: 0 + 2 + 1 = 3.

Рисунок 1.2.



Издание: Газета «Правда» (6.III.1931), первая полоса.

Карикатура: Без названия (В. Дени)

На карикатуре изображены два человека, стоящих спиной к зрителю. Их головы накрыты газетами «Социалистический вестник» и «Форвертс» (выходившие в Германии антисоветские социалистические газеты), а руки делают нечто незаметное для зрителя. В боковой части картинки находятся два мужчины в шляпах (очевидно, «империалисты»). Из уст одного из них раздается реплика: «Прячь концы!». Несмотря на то, что «они»-группа представлена различными социальными слоями, их вполне можно объединить, авторское отношение к ним негативное, однако атрибуты, к ним относящиеся (прежде всего, одежда) – аттрактивны

(по второму параметру аттрактивности значение «2», по первому – «0»). Насмешка вновь носит характер намека и не конкретна (аттрактивность 1).

«Они»- группа: 0 + 2 + 1 = 3.

Рисунок 1.3.



Испорченная панорама

М. СЛОБОДСКОЙ

Издание: Газета «Правда» (15.XII.1941), третья полоса.

Карикатура: «Испорченная панорама» (О. Верейский),

На карикатуре изображен огромных размеров красноармеец, ударяющий в лицо миниатюрному Адольфу Гитлеру с повязанным биноклем на шее. Гитлер падает в кучу поваленных нацистов. На заднем плане виднеется Москва. В правом верхнем углу – сообщение Совинформбюро: «Германское информационное бюро писало в начале декабря: «…германское наступление на столицу большевиков продвинулось так далеко, что уже можно рассмотреть внутреннюю часть города

Москвы через хороший бинокль»«. Под карикатурой – стихотворение М. Слободского:

«Еще в начале декабря

Победно немцы верещали:

«Столицу мы почти что взяли,

Мы мчимся, чудеса творя…

…Бросают избранные части

Солдат и танки на бегу.

Нам без биноклей на снегу

Видны их внутренние части!»

Адольф Гитлер как представитель «они»-группы хорошо одет (аттрактивность 2 по второму параметру), но подчеркнуто неприятен (аттрактивность 0 по первому параметру), а красноармеец как представитель «мы»-группы довольно величествен своим обликом (аттрактивность 2 по второму параметру), хотя и лицо его не является однозначно аттрактивным, либо неаттрактивным (аттрактивность 1 по первому параметру). Над «мы»-группой насмешки не происходит (аттрактивность 2 по третьему параметру), насмешка над «они»-группой конкретна (аттрактивность 0 по третьему параметру).

«Мы»-группа: 1 + 2 + 2 = 5.

«Они»-группа: 0 + 2 + 0 = 2.

Судебная процедура в Италии...

За последнее время в Италии зарегистрирован ряд случаев бегства из-под ареста крупных фашистских преступников при явном попустительстве полиции. В частности фашист Палаццо, ожидавший вынесения приговора, сбежал непосредственно из зала суда.

Рис. Бор. ЕФИМОВА.

«Последнее слово» подсудимого.

Рисунок 1.4.

Издание: Газета «Известия» (30.XII.1945), шестая полоса.

Карикатура: «Судебная процедура в Италии…» (Б. Ефимов).

На карикатуре изображено открытое окно, из которого по веревке только что спустился человек, поднявший затем шляпу и сказавший: «Пока!». На заднем плане идет заседание суда, в котором и размещено окно. В правом верхнем углу информация: «За последнее время в Италии зарегистрирован ряд случаев бегства из-под ареста крупных фашистских преступников при явном попустительстве полиции. В частности, фашист Палаццо, ожидавший вынесения приговора, сбежал непосредственно из зала суда». Дополнительная подпись: ««Последнее слово» подсудимого». Пусть представители «они»-группы находятся в антагонизме, их аттрактивность можно считать идентичной. «Они» уже не являются столь же внешне непривлекательными (аттрактивность 1), как во времена Второй мировой войны, одежда и атрибуты также вызывают доверие (аттрактивность 2), насмешка конкретна (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 1 + 2 + 0 = 3

Рисунок 1.5.



Издание: Журнал «Крокодил» (28.II.1957), первая полоса.

Карикатура: «Прямой путь депутата» (Е. Щеглов).

На карикатуре изображен мужчина, который на одной половине рисунка работает на станке, а на другой половине он же, одетый в зимнюю одежду, с папкой под мышкой, идет в городской совет. Это – пример описанной в теоретической части «положительной» карикатуры, и положительной по отношению к «мы»-группе. И внешность, и атрибуты, и отсутствие насмешки позволяют присвоить значение аттрактивности «2» по всем параметрам. Место публикации – на первой полосе юмористического журнала «Крокодил» - говорит, что перед нами все же карикатура, а не произведение другого направления.

«Мы»-группа: 2 + 2 + 2 = 6.

Рисунок 1.6.



Закон ЕСТ закон

На карикатуре изображено лицо грузного неприятного человека в каске с надписью «Чрезвычайные законы» (периодически во время студенческих и антикапиталистических волнений в ФРГ вводились «чрезвычайные законы», заключающие в себе среди прочего отмену права на забастовку, ограничение свободы передвижения), который поедает книгу «Конституция ФРГ». Представитель «они»-группы имеет неприятное выражение лица (аттрактивность 0), из-за портретного характера карикатуры привлекательность иных атрибутов неясна (аттрактивность 1), насмешка при том очевидна и довольно конкретна (аттрактивность 0).

«Они»-группа: 0 + 1 + 0 = 1.

Рисунок 1.7.



Издание: «Литературная газета» (29.XII.1986), пятая полоса.

Карикатура: «Вашингтон: ралли-1986» (Д. Агаев).

Карикатура представляет собой комикс из 6 отдельных картинок. На первой изображены два человека в автомашине с надписью «Авторитет американской администрации» (один из них президент Рейган, второй, вероятно, госсекретарь). Люди бросают им цветы. На второй – автомобиль подскакивает на буграх с надписью «Подземные ядерные испытания». На третьей – попадает в аварию, врезаясь в дорожный знак «Договор ПРО». На четвертой - теряет запчасти, подлетев вверх на холме с надписью «Договор ОСВ-2». На пятой – падает в воду. Рядом – надпись «Ирангейт». Наконец, на шестой, мокрый Рейган с одним рулем в руке говорит госсекретарю: «Улыбайся, мы еще у руля». Лица представителей «они-группы отражают широкий спектр эмоций, где-то они недовольные, где-то озадаченные, поэтому значение их аттрактивности – «1». То же касается второго параметра аттрактивности, то он равен «1» так как к шестой картинке их официальная

одежда становится мокрой и рваной, а автомобиль разлетается на части. Насмешка очевидна и конкретна, по третьему пункту аттрактивность «0».

«Они»-группа: 1 + 1 + 0 = 2.

Рисунок 1.8.



Издание: «Литературная газета» (16.XII.1992), шестнадцатая полоса.

Карикатура: Без названия (Ю. Воскобойников).

На карикатуре изображена колонна танков в форме заварочных чайников, выезжающих из помещения. Из люков высунулись отдающие честь танкисты. Слева один офицер в форме говорит другому: «Ну что ж, конверсия так конверсия…» Лица и поведение представителей «мы»-группы нейтральны и неинтересны (аттрактивность 1), форма прорисована довольно детально и вызывает уважение (аттрактивность 2), по поводу насмешки максимальное значение быть прописано вряд ли может, так как герои карикатуры, наоборот, проявили себя довольно изворотливыми, но при этом также и нелепыми, оттого избирается срединное значение аттрактивности («1»).

«Мы»-группа: 1 + 2 + 1 = 4.

Рисунок 1.9.



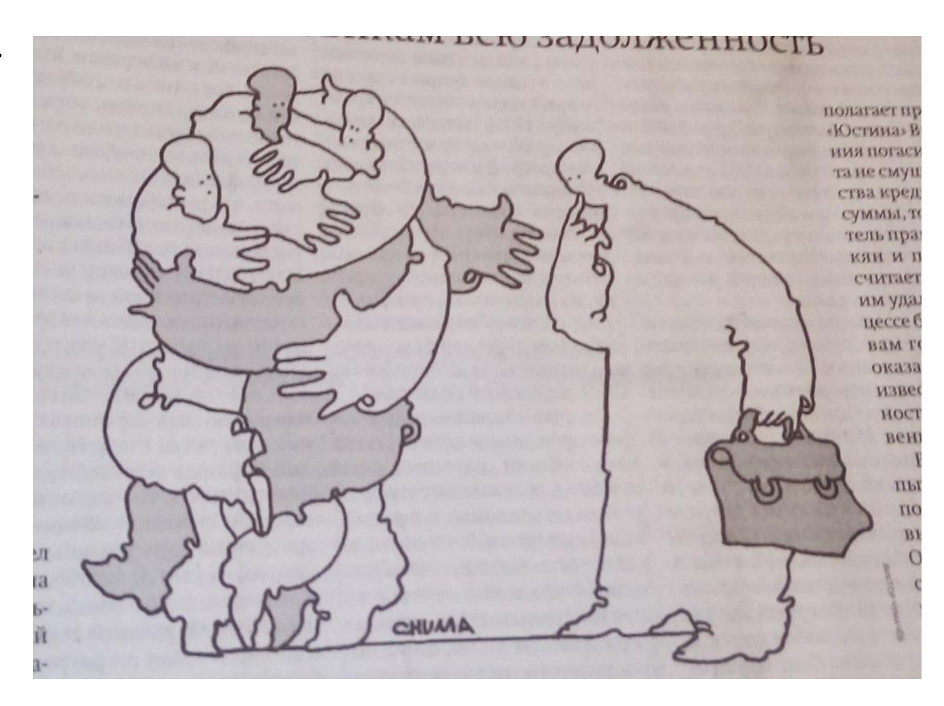
Издание: Газета «КоммерсантЪ» (24.II.2002), тринадцатая полоса.

Карикатура: Без названия (С. Тюнин)

На карикатуре изображен мужчина в очках и деловой одежде, катящий на лафете авиационную бомбу с надписью «Экономическая». Карикатура иллюстрирует статью: «Президент занял противовоздушную оборону: создан концерн ПВО «Алмаз-Антей». Представитель «мы»-группы представляет собой неопределенного государственного мужа. Лицо его некрасиво, нос выпирает, однако интенционально лицо изуродовано не было (поэтому значение аттрактивности 1), одет он в деловом стиле (аттрактивность 2), и лишь частично является объектом насмешки (аттрактивность 1).

«Мы»-группа: 1 + 2 + 1 = 4.

Рисунок 1.10.



Издание: Газета «КоммерсантЪ» (8.IV.2009), десятая полоса.

Карикатура: Без названия (В. Чума; Рисунок 1.10, Приложение 1).

Карикатура иллюстрирует материал о взаимоотношениях власти и бизнеса – ««Связные» сбились в группу. Чтобы не выплачивать налоговикам всю задолженность». На карикатуре изображена группа безликих обнимающихся людей (очевидно, бизнесмены), рядом на них вопросительно глядит такой же безликий человек с кейсом в руках – очевидно, представитель налоговых органов. Поведенческую аттрактивность персонажей «мы»-группы в карикатурах подобной стилистики определить непросто, поэтому целесообразно присвоить значение «1» по этому параметру. Атрибутов на них также практически нет, и это вновь – часть стиля карикатуры, поэтому нельзя сказать, что это как-то ухудшает мнение читателя о персонажах (аттрактивность 1). Смысл насмешки над обеими группами ясен (аттрактивность 0).

«Мы»-группа: 1 + 1 + 0 = 2.